anno 25 n° 10 ottobre 2020

Ristorando

ristorazione collettiva • commerciale moderna • a catena

www.ristorando.eu

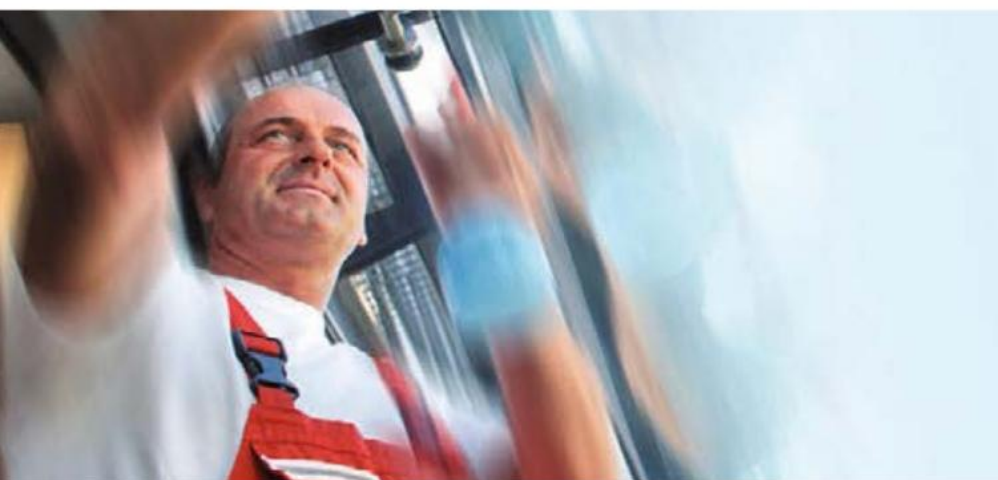
Sanitaria

SICUREZZA E FLESSIBILITÀ CERCASI

COMMERCIALE

L'evoluzione di servizi e prodotti

GERMANIA

Top player sotto la lente

SMARTWORKING SÌ **smartworking no**

La crisi seguita al lockdown ha coinvolto la ristorazione a 360°. Se per SRC la chiusura anticipata dei centri cottura della scorsa primavera ha significato un calo dei volumi importante per la scolastica targata 2019-2020, lo smartworking ancora molto diffuso (e sicuramente apprezzabile come misura di contenimento dei contagi) ha penalizzato, sta penalizzando e penalizzerà in futuro (anche se in forma ridotta), i consumi fuoricasa. Da un lato le mense aziendali tengono botta mettendo in campo soluzioni organizzative e produttive su misura per contenere il calo dei volumi e intercettare in sicurezza i propri utenti/clienti, dall'altro la ristorazione commerciale spinge su una gamma di servizi più ampia e su un'offerta che strizza sempre più l'occhio al delivery e all'asporto per chiudere i bilanci con perdite accettabili. Ma poi c'è chi non ce la fa e non stiamo parlando solo degli imprenditori della ristorazione di piccolo cabotaggio.

Le saracinesche abbassate sono anche quelle di alcuni chef stellati che hanno puntato sul capoluogo lombardo come Heinz Beck che non riapre Attimi a Citylife, Luigi Taglienti che torna in Liguria e lascia Lume, lo chef palermitano Filippo La Mantia che ridimensiona il ristorante a Milano e Carlo Cracco che ha messo in stand by Carlo & Camilla in Duomo. Ma non basta. Più del 60% delle aziende alimentari italiane chiuderà il 2020 con un calo del giro d'affari e più del 40% dovrà fronteggiare una diminuzione dell'export. E questo, nonostante molti siti produttivi dell'alimentare siano rimasti aperti durante il lockdown e gli acquisti nei supermercati abbiamo fatto un balzo in avanti (+4,4%) nei primi sette mesi dell'anno. Secondo i ben informati, molta della responsabilità di questo calo dei risultati, è da attribuire al sostanziale blocco di bar e ristoranti, i cui consumi valgono il 34% del totale food&beverage in Italia. Caro smartworking, ma quanto ci costi?

il convegno del rilancio!

18/19 MARZO 2021

COMITATO PROMOTORE

Rosario Ambrosino • A.D. **Gruppo Elior Italia**
Enzo Andreis • Presidente **AIGRIM**
Stefano Biaggi • Presidente e A.D. **Sodexo Italia**
Cristian Biasoni • A.D. **Chef Express**
Corrado Cagnola • A.D. **KFC Italy**
Sergio Castelli • A.D. **Areas Italia**
Mario Federico • A.D. **McDonald's Italia**
Franco Manna • Presidente **Sebeto**
Chiara Nasi • Presidente **CIRFOOD**
Ernesto Pellegrini • Presidente **Gruppo Pellegrini**
Tommaso Putin • Resp. Pianificazione e controllo **Serenissima Ristorazione**
Lucio Rossetto • Ceo Italia **Lagardère Travel Retail**
Massimiliano Santoro • Director Publ. Affairs and Europe Business Dvlp. **Autogrill**
Antonio Savoia • Presidente **Edifis**
Carlo Scarsciotti • Presidente **Angem** Portavoce **Oricon**
Fabio Spaccasassi • A.D. **Compass Group Italia**
Renato Spotti • A.D. **Dussmann Service**
Lino Stoppani • Presidente **Fipe**
Andrea Valota • General Manager Italy **Burger King**
Danilo Villa • Direttore Generale **CAMST**
Lino Volpe • Presidente **Gruppo Elior Italia**

Eventi

Per informazioni sul Convegno e sponsorizzazioni: convegni@edifis.it - pubblicita@edifis.it

OTTOBRE 2020

RUBRICHE

Ristorando

Anno 25 - numero 10 - Ottobre 2020

Direttore responsabile: Antonio Savoia

Coordinamento editoriale: Alberto Anderloni

Redazione: redazione.ristorando@edifis.it
Massimo L. Andreis • Alberto Anderloni • Luigi Limonta

Collaboratori: Lorenzo Bonardi • Roberto Bramati • Luisa Cappellina • Antonio Duva • Maurizio Formigoni • Georges Garcin • Corrado Giannone • Roberto Giannone • Giovanni Lizzini • Antonio Montanari • Davide Moscuzza • Andrea Penazzi • Daniele Pisanello • Alberto Schiraldi

Relazioni esterne: Ambrogio Montonati

Grafica: Barbara Aprigliano

Servizi fotografici: Jonni Ricci • Massimo Viegi • Massimiliano Masala

Pubblicità: dircom@edifis.it • pubblicita@edifis.it

Traffico pubblicitario: Roberta Motta • roberta.motta@edifis.it

Amministrazione: amministrazione@edifis.it

Stampa: BOOST SpA • Cenate Sotto (BG)

Prezzo di una copia: €1,20 • Arretrati €4,00

Eventi e Convegni: convegni@edifis.it

Abbonamenti: Italia €60,00 • Europa €100,00 • Resto del mondo €120,00
abbonamenti@edifis.it • www.ristorando.eu

Registrazione Tribunale di Milano N° 156 del 11/03/1996
Iscrizione Registro Operatori della Comunicazione N° 06090

Ristorando
una rivista edita da:

EDIFIS S.r.l.
Viale Coni Zugna, 71 - 20144 Milano - Italy
Tel. +39 023451230 - Fax +39 023451231
www.edifis.it

ANES ASSOCIAZIONE NAZIONALE EDITORIA DI SETTORE

Un anno record per Serenissima Ristorazione

Un anno record per il **Gruppo Serenissima Ristorazione**, che ha chiuso il 2019 con un fatturato consolidato salito a 408 milioni di euro: un balzo del 31,32% rispetto all'esercizio precedente, quando si era chiuso a 311. Un risultato che il colosso veneto del food-service fondato e guidato da **Mario Putin** (50 milioni di pasti annui, 14 società collegate, 9.500 dipendenti fra Italia e estero e più di 120 ospedali e 250 strutture socio-assistenziali servite) ha raggiunto grazie business plan ambizioso, che ha previsto oltre 100 milioni di euro di investimenti nel triennio 2019-2022, finalizzati a sostenere un solido piano di acquisizioni, per una presenza sempre più capillare dell'azienda sul territorio, e a garantire la costruzione di nuovi centri di produzione che rispettano i più alti standard di sicurezza igienico-sanitaria.
Tornando ai numeri, il valore di produzione ha superato nel 2019 i 412 milioni di euro, in aumento del 30% rispetto ai 317 milioni del precedente esercizio, mentre gli utili sono saliti a 8,5 milioni di euro netti (+1,49%) e l'EBITDA è cresciuto del 17,26%, attestandosi a 23 milioni di euro circa. Infine, il patrimonio netto del gruppo è arrivato a 100 milioni di euro.
Nel 2019 il Gruppo veneto ha integrato nella propria struttura organizzativa **Euroristorazione**, che ha portato in dote 2.900 dipendenti, 17 centri cottura nel Centro e Nord Italia, 20 milioni di pasti l'anno distribuiti in oltre 800 imprese, 40 strutture socio-sanitarie e 160 appalti pubblici.
La solidità economica di Serenissima Ristorazione è anche dimostrata dalla recente assegnazione del *Premio Industria Felix*, realizzato in collaborazione con **Cerved**.

**MARIO PUTIN,
presidente Serenissima Ristorazione**

Con iColti in Tavola Elior innova la pausa pranzo dei dipendenti italiani

Si chiama **iColti in Tavola**, la nuova soluzione per un pasto bilanciato, veloce e vario proposta da **Elior**.
Patendo dal presupposto che nei prossimi mesi il 60% dei dipendenti italiani proseguirà l'esperienza dello smart working da casa almeno una volta alla settimana e il 50% di essi ritiene che mangiare in "remoto" sia più complicato rispetto a consumare il pasto in ufficio, il colosso della ristorazione guidato da **Rosario Ambrosino** ha messo in campo tutto il suo know how per realizzare una nuova linea di piatti pronti e salutari confezionati in ATP, tecnologia di packaging innovativa che estende la shelf-life fino a 10 giorni senza l'uso di conservanti. Con un ampio catalogo di ricette, caratterizzate da ingredienti genuini e da una varietà di piatti adatti anche a chi segue un regime alimentare particolare, incluse le intolleranze e le diete personalizzate, grazie alla propria versatilità, iColti si prestano a differenti canali di distribuzione: dall'aziendale, dove possono essere associati a forme di distribuzione più classiche, al welfare at home e all'Ho.re.ca, fino alla Gdo.
Per ovviare agli inconvenienti della pausa (forzata) tra le mura domestiche, questa deve essere digitalizzata dalla A alla Z: dal momento della scelta passando per l'ordine fino al pagamento. Di più: il piatto ordinato deve risultare personalizzato, ovvero garantire flessibilità e rispetto dei diversi regimi dietetici, e, per il 55% del campione, made in Italy.

Senfter e BK: lo speck dell'Alto Adige incontra il re del whopper

Una partnership... "Specktacular": è quella siglata dall'italiana **Senfter** e **Burger King** grazie alla quale lo speck dell'Alto Adige IGP incontra la celebre carne alla griglia del re del whopper in edizione limitata per i prossimi tre mesi negli oltre 200 ristoranti del colosso USA dell'hamburger lungo lo Stivale.
Una operazione che rafforza l'italianità delle materie prime utilizzate per preparare i suoi prodotti da BK, che sono già all'80% rigorosamente made in Italy: dalla carne a pane e verdure, dall'acqua a numerose bevande. Una filiera di prodotti controllata e certificata, a garanzia di gusto e qualità.
Senfter, marchio storico di **Grandi Salumifici Italiani**, fortemente radicato in Tirolo da oltre 160 anni, affianca dunque Burger King nella creazione di una nuova ricetta fatta con carne alla griglia, formaggio, salsa barbecue, cipolla croccante e... 60 tonnellate di speck.

Via libera al pos unico per i buoni pasto

Dopo anni di lotte e tira e molla è ufficiale: il **pos unico** per i buoni pasto è realtà. Con tanto di sanzione scritta nero su bianco di una riforma a lungo attesa che, approvata il 10 settembre dal Parlamento, è stata pubblicata sulla *Gazzetta Ufficiale della Repubblica italiana*. Un provvedimento importante, cui plaude anche **Fipe** per la quale la conversione in Legge 120/2020 del Decreto Legislativo 76/2020 (DL Semplificazione) è una vittoria dell'associazione, che per anni ha denunciato quanto fosse complesso e costoso il sistema dei sostituti di mensa: fino ad oggi gli esercenti erano infatti costretti a sostenere il 25% di spese ogni 1.500 euro di fatturato, solo per installazione, commissioni e contratti di affitto dei vari lettori elettronici.

Oltre a reclamare la riduzione delle commissioni, la Federazione, per bocca del vice presidente vicario **Aldo Cursano**, chiede ora la riduzione delle commissioni (che oggi toccano il 20%) e stigmatizza un altro "male" endemico del mercato: la scontistica sul valore nominale del buono pasto, imposta dalle gare al massimo ribasso, scaricata poi a valle sugli esercenti. Intanto però l'effetto sicuro e immediato della riforma è che i pubblici esercizi potranno leggere i buoni pasto elettronici su un unico dispositivo, a prescindere da quale sia la società emettitrice.

Cigierre battezza Papris e espande la sua rete con 6 format

Il programma di sviluppo della **Compagnia Generale di Ristorazione** riprende a pieno ritmo: ora con l'esordio di un nuovo format, **Papris**. L'opening del primo ristorante del 6° brand che entra nel portfolio della corazzata della ristorazione a tema guidata da **Marco Di Giusto**, segna un passo in avanti verso l'ambizioso ma ormai prossimo traguardo dei 400 pdv, gestiti direttamente o in franchising in patria e oltre confine. Con ordine: dopo le quattro aperture post lockdown di giugno e luglio (tre **Old Wild West** a Legnaro in provincia di Padova, a Caltanissetta e nell'area di servizio Chianti sulla A1 Firenze-Roma, con ingresso su entrambe le direttrici; un pdv **Temakinho** a Bologna), alla fine dell'estate l'azienda friulana è approdata nel *Carpi Retail Park* (MO) con un nuovo OWW e ha tagliato il nastro a una location **America Graffiti** nel *Parco commerciale Da Vinci* di Fiumicino (RM).

MARCO DI GIUSTO, AD Cigierre

Il 1° ottobre ha debuttato in via De Amicis a Milano l'ultimo nato in casa Cigierre, Papris, una formula ristorativa ibrida che porta in tavola piatti italiani e giapponesi, mescolando le due cucine. Insomma: un inedito mix di pizza sushi e bollicine che, dopo il capoluogo lombardo, trampolino di lancio privilegiato per sperimentare nuove proposte culinarie, arriverà presto a Reggio Emilia e Udine, a due passi dal quartier generale del gruppo a Tavagnacco, che completa il variegato portafoglio delle sue insegne con **Pizzikotto**, **Wiener Haus** e **Shi's**.

Camst e Gruppo Hera insieme per la sostenibilità

Camst, colosso italiano della ristorazione e il **Gruppo multiservizi Hera** hanno siglato un patto indirizzato alla sostenibilità e all'impegno reciproco per la realizzazione di progetti di economia circolare. Un protocollo della durata di due anni, con due obbiettivi comuni: migliorare la qualità della raccolta differenziata e ridurre la quantità di rifiuti prodotti. I ristoranti, attualmente coinvolti sono situati nella provincia di Bologna, ma l'obiettivo è quello di espandere il raggio d'azione nei prossimi mesi.

La collaborazione tra le due aziende italiane è indirizzata alla ricerca e l'introduzione all'interno dei punti di ristorazione coinvolti, di materiali sostitutivi alla plastica monouso, che abbiano il minor impatto ambientale possibile. Sono previste anche delle azioni volte a ridurre lo spreco e al riutilizzo dei pasti non consumati. Hera fornirà un supporto alla raccolta differenziata e al trattamento dei rifiuti prodotti dai ristoranti.

I numeri coinvolti sono importanti: sul territorio nazionale sono 130 milioni i pasti preparati ogni anno da Camst, mentre 15 mila le persone che vi lavorano. Il Gruppo Hera metterà a disposizione tutta la propria esperienza in campo ambientale: è il 1° operatore nazionale per rifiuti trattati e nel 2019 ha superato il 64% di raccolta differenziata in media, con più di 180 comuni e 3,2 milioni di cittadini serviti. Inoltre è stata la prima utility, e la seconda società in Italia, ad entrare a far parte della *Fondazione Ellen MacArthur*, che raccoglie le realtà più attive su scala globale nella transizione verso l'economia circolare.

KFC: nuova opening sotto la Madonnina

Dopo Milano in corso Vittorio Emanuele, Bari presso la Stazione Centrale e Busnago (MB) nel CC *Il Globo*, il colonnello Sanders, fedele al ruolino di marcia che prevede 10 aperture in tutto per il 2020, ha aperto in via Panfilo Castaldi 37, zona porta Venezia, il quarto **KFC** milanese.

Il nuovo pdv, il 42° della rete italiana del colosso Usa del pollo fritto parte di **Yum! Brands**, è realizzato secondo il layout più snello pensato per i centri urbani, con ordinazione attraverso i chioschi, che offrono tutte le informazioni sui prodotti al posto dei classici menu board sopra le casse, e una sala con 49 posti a sedere a cui si aggiungono 16 posti nel dehors.

Nel nuovo ristorante sono disponibili inoltre il take away e il servizio di delivery (attraverso **Deliveroo**, **Glovo**, **Just Eat** e **Uber Eats**).

Sono 15 i nuovi posti di lavoro creati con l'apertura del locale di porta Venezia, gestito in franchising dalla *Original Bucket srl* di **Mauro Tiberti**, cui fanno capo altri 4 ristoranti dell'insegna a Milano e provincia.

Go! Fish all'Oriocenter: sbarco italiano per il pesce tedesco

Il pesce di **Nordsee** atterra all'*Oriocenter* di Orio al Serio (BG): è nell'immenso mall a ridosso dell'aeroporto *Caravaggio* infatti che il gruppo tedesco ha tagliato il nastro al suo primo locale italiano a insegna **Go! Fish**, immerso in una proposta food forte di oltre 50 esercizi.

Per l'azienda specializzata nella distribuzione di pesce e nella ristorazione ittica è il secondo pdv nel Continente, dopo l'inaugurazione a metà dicembre di quello di Wijnegem, vicino ad Anversa, in Belgio.

Tra le proposte, accanto alle specialità nordiche tradizionali, anche piatti italiani, come il fritto misto e caciucco. Sono 11 le assunzioni effettuate in provincia di Bergamo, per una età media di 23 anni, grazie all'opening.

L'obiettivo del format, che **Carsten Horn**, amministratore delegato di **Nordsee Holding** mira a sviluppare rapidamente sia in patria che all'estero, è presto detto: "democratizzare" il consumo di pesce con prezzi accessibili e nel rispetto di elevati standard qualitativi in un ambiente informale, impreziosito da elementi vintage ispirati ai fast food degli anni Sessanta e percorso da continui rimandi al simbolismo della Pop art.

Il gruppo con sede a Bremerhaven, fondato nel 1896 da un gruppo di armatori e commercianti di Brema, conta 374 location e tre canali di vendita: ristorante, snack bar e buffet di mare. Con circa 6.000 dipendenti, serve ogni anno oltre 17 milioni di clienti, per un fatturato di 333,6 milioni di euro. Oltre che in Italia e Belgio il gruppo è attivo in Austria, Svizzera e in molte nazioni dell'Est europeo.

Surgelati: su i consumi domestici, giù il fuoricasa

Su in casa e giù fuori: andamento a doppia faccia per il comparto dei **surgelati**, che risente con tutta evidenza degli effetti del lockdown.

Se infatti in generale è record di consumo in Italia per i prodotti frozen nel 2019, con 14,1 chilogrammi a testa (+1,3% sul 2018) e un giro d'affari di 4,5 miliardi di euro, il trend è negativo del fuoricasa: nel primo quadrimestre 2020, l'intero comparto della ristorazione commerciale e della ristorazione collettiva, a seguito della chiusura di esercizi pubblici, bar, ristoranti, mense, scuole, si è quasi dimezzato. Per la fine dell'anno è dunque prevista una perdita di almeno un quarto del fatturato dei surgelati nel canale, pari a circa 600 milioni di euro.

Ma tornando ai primati, le performance migliori sono riferibili a snack salati (+21,5%), e prodotti ittici (+16,5%), ma anche le vendite di pizze (+12,5%) e patate (+12%) vanno forte. Come detto, la pandemia ha concentrato la spesa nel retail, con un incremento nel primo quadrimestre 2020 del 13,5%. Anche il segmento del "porta a porta" ha registrato nel 2020 un aumento significativo, con addirittura un +40% a marzo rispetto al 2019.

ReSTART ristocloud

ReStart soluzione per ripartire - Ristorazione Aziendale

Questa soluzione non è da interpretarsi come una semplificazione nella fase di riapertura, ma sarà una vera e propria rivoluzione nel servizio di Ristorazione Aziendale.

Mediante questa soluzione ogni utente, con il proprio smartphone, potrà evitare la coda all'ingresso del Ristorante, accomodarsi al tavolo prenotato, consultare il menu digitale, visualizzare la composizione della ricetta del piatto scelto, verificare la presenza di ingredienti o sostanze che possono provocare allergie o intolleranze come previsto dal Reg. UE 1169, ordinare e pagare.

Inoltre, l'utente potrà, da casa o dall'ufficio, preordinare il piatto e indicare orario e l'esatto luogo di consumo, come servizio di Delivery.

Il Viaggiator Goloso arriva nel lecchese

Il **Viaggiator Goloso** è arrivato in via Nazionale 16 a Calco (LC). Il nuovo store, realizzato dal gruppo *Unes* in seguito all'acquisizione di un punto vendita *Rex*, ospita, accanto ai prodotti alimentari che hanno reso celebre il marchio premium della costola gdo del gruppo **Finiper**, anche "Cafè" l'angolo bar, caffetteria, gelateria dove il cliente può concedersi una pausa durante lo shopping: l'ampio terrazzo della location si presta a fare aperitivi, pranzi veloci o momenti di relax, sfogliando i giornali e le riviste acquistabili presso l'edicola del bar.

Si tratta poi del primo VG dotato del servizio Click&Collect, che permette di prenotare la spesa tramite l'app del brand, recandosi presso il negozio per pagarla e ritirarla nella fascia oraria prescelta.

È presente in loco anche un locker *Amazon* mentre per agli studenti universitari è riservato uno sconto del 10% su tutta la spesa.

Sul fronte occupazionale, nel nuovo store verrà impiegato il personale del supermercato rilevato. Una scelta precisa che si colloca nel solco della difesa del lavoro: sono 130 i dipendenti di diversi pdv Rex, acquisiti dal Gruppo Unes tra le province di Lecco e Monza, che hanno mantenuto il loro impiego, accanto a 15 addetti neoassunti.

A Sirio il food del Sant'Anna di Torino

Sirio, azienda di catering commerciale specializzata nel settore ospedaliero si è aggiudicata la concessione di 4 anni per un valore di 1,2 milioni di euro per il servizio bar e ristorante presso l'*Ospedale Ostetrico Ginecologico Sant'Anna*. Si tratta di uno dei presidi dell'*Aou Città della Salute e della Scienza* di Torino, dove l'azienda guidata da **Stefania Atzori**, dopo questa aggiudicazione gestirà tre punti di ristoro, per un totale di dieci nella città della Mole (cinque nel canale ospedaliero). Il servizio fornito prevede un assortimento di caffetteria calda completa di bevande del tipico bar all'italiana, e "healty".

Sicurezza e fuoricasa: l'importanza della reputazione nel post lockdown

Dopo il lockdown hanno riaperto 3 locali su 4. Una percentuale relativa all'effettiva "ripartenza" che varia di regione in regione: la forbice va dal 65,95% della Calabria al 76,47% del Friuli Venezia Giulia, che si attesta al primo posto come percentuale di riapertura, seguita da Liguria (76,36%) e Umbria (76,26%).
Sono i numeri emersi da un ricerca effettuata da **RepUP**, azienda che offre un servizio di gestione della reputazione online. Partendo dal numero di locali che nell'ultimo anno erano attivi sulle varie piattaforme di recensioni, circa 198mila, si è verificato quanti di essi hanno ripreso effettivamente l'attività negli ultimi mesi. Quale il criterio usato? La ricezione di nuove recensioni da parte di ciascun ristorante sulle due principali piattaforme usate dai clienti a questo scopo: **TripAdvisor** o **Google**.
C'è un'altra considerazione da fare osservando i dati emersi: se è diminuita la frequenza e il numero dei locali, è aumentata la propensione a lasciare recensioni da parte dei clienti, come se l'uscita fosse diventata un evento e non più una routine.
Sullo sfondo, il tema della sicurezza è percepito da tutti come centrale. Ecco perché ad esempio TripAdvisor ha invitato i locali presenti sulla piattaforma a compilare una scheda per descrivere le misure prese contro la diffusione del covid-19. Una richiesta motivata da una constatazione: se nelle recensioni si parla sempre di qualità del cibo, prezzi e professionalità del personale, negli ultimi mesi non solo è via via più frequente incappare in commenti sui comportamenti più o meno corretti dei camerieri, ma si sbircia nelle cucine per vedere se la brigata indossa le mascherine, e si riporta quanto l'esperienza di consumo nel locale sia risultata rassicurante.
Insomma, mai come oggi la reputazione online di una location anche sul fronte sicurezza è diventata di primaria importanza per conquistare un numero di clienti giocoforza inferiore rispetto al passato.

Areas-MyChef riparte da sicurezza e innovazione

Per far fronte alla crisi dei trasporti causata dalla pandemia, **Areas-MyChef** punta su sicurezza e innovazione: dalla sanificazione delle vetrine alla creazione di una nuova linea di prodotti da asporto, passando per la tutela di clienti e dipendenti. Nei mesi difficili appena trascorsi, l'azienda guidata da **Sergio Castelli** ha dato nuova forma alla propria proposta destinata alla ristorazione nel canale autostradale e aeroportuale. Areas-MyChef ha in primis adeguato i propri punti vendita alle norme prescritte per arginare la diffusione del covid-19 dotandoli di tutti i presidi necessari per i clienti (gel sanificante, guanti, termoscanner) e incrementando i servizi di pulizia e i dispositivi di sicurezza individuale forniti ai dipendenti. Il secondo progetto mira alla realizzazione di un sistema per sanificare i prodotti all'interno delle frigo-vetrine posizionate nei punti vendita, frutto della partnership stretta in esclusiva con *Wippy Idea Srl*, giovane azienda friulana che ha brevettato una particolare pellicola trasparente trattata con un additivo specifico denominato *WiWell* in grado di abbattere, con il processo della fotocatalisi, micro-organismi biologici come virus, batteri e funghi presenti sia nell'aria, sia sulle superfici. Infine, per andare incontro alle nuove abitudini di consumo, Areas-MyChef ha lanciato in tutti i punti vendita la proposta "Food grab&-Go". Prodotti da asporto freschi, di elevata qualità, confezionati giornalmente dal personale (panini, tramezzini, insalate, grani, pokè e macedonie) in confezioni idonee all'asporto, che garantiscono sicurezza igienica e mantenimento del gusto.

SERGIO CASTELLI,
Ceo Areas Italia-MyChef

Quandoo: la prenotazione da Rossopomodoro diventa smart

Siglata una partnership tra **Rossopomodoro** e **Quandoo**. L'accordo consente alla catena napoletana di pizzerie di usufruire dei benefici offerti dalla piattaforma di prenotazioni online in 60 punti vendita presenti in Italia.

L'applicazione che consente di prenotare oltre 18mila ristoranti nel mondo, di cui 5.000 in Italia, mette in contatto clienti e location attraverso un sistema online di prenotazione che in tutta sicurezza consente di arrivare nel locale evitando assembramenti e file d'attesa.

I numeri post lockdown sono più che incoraggianti: nonostante il periodo di incertezza, a luglio il numero di prenotazioni è salito del 50% rispetto a giugno, mentre ad agosto la crescita è stata del 20% rispetto al mese precedente. Considerando il periodo di vacanza e il fatto che la maggior parte dei punti vendita si trovi nei centri città o comunque vicino a uffici, il mese di agosto ha mostrato risultati in continuo miglioramento.

Di più: nei primi tre mesi della partnership, le prenotazioni sono diventate sempre più "last minute": il 28% dei commensali, infatti, prenota da 1 a 3 ore prima, il 15% da 3 a 6 ore prima e solo l'1,20% decide di fermare un tavolo tra 7 e 30 giorni precedenti alla data in cui va a mangiare fuori.

Una ristorazione sempre più smart insomma, grazie anche all'integrazione con *Google*, *Facebook*, *Instagram*, *WeChat* e a soluzioni di marketing digitale.

Deliveroo e il boom (+150%) dei ristoranti virtuali

A tre anni dal lancio, prosegue la corsa inarrestabile dei virtual brand di **Deliveroo**: aumentano di numero, crescono in termini di espansione territoriale e, soprattutto, nel volume degli ordini. Sono 464 infatti ad oggi i ristoranti virtuali presenti sulla piattaforma di food delivery (+363 rispetto al 2019), distribuiti in 41 città, con un balzo rispetto allo scorso anno del 280%.

Cos'è un virtual brand? Come dice la parola stessa, un locale virtuale presente e disponibile esclusivamente su piattaforma, che affianca un nuovo brand e nuovi tipi di cucina al cibo preparato dal ristorante fisico. Un canale di fatturato parallelo e incrementale che consente di intercettare nuova domanda e target diversi, che permette di aumentare, in media, il fatturato derivante dal delivery del 160%. Lievitano anche gli ordini dei virtual brand di Deliveroo: quelli effettuati dai ristoranti virtuali disponibili sulla app sono aumentati, negli ultimi 12 mesi, del 150%. Il piatto più ordinato dai virtual restaurant della piattaforma è il Poke don Chicken di **Poké by Daruma** a Roma, seguito dalla Ribs di **BBQ Ribs & Wings** a Milano.

Alla Pellegrini la refezione scolastica a Lodi

Dal 1° settembre 2020 al 31 agosto 2025 la **Pellegrini S.p.a.** di Milano avrà in carico la refezione scolastica e i servizi complementari nel **Comune di Lodi**. L'aggiudicazione definitiva arriva dopo una lunga parentesi di carte bollate, con il coinvolgimento di Consiglio di Stato e Tar della Lombardia, cui ha messo la parola fine la determina dirigenziale n.656 del 2020 dell'ente pubblico. Da cui fanno sapere che l'assegnazione dell'appalto quinquennale è avvenuto alle stesse condizioni garantite dalla società in sede di gara. Così, con la ripresa delle lezioni, il pasto è regolarmente garantito agli utenti delle scuole della città lombarda, con tutti i necessari adattamenti previsti dalle linee guida per la prevenzione e il distanziamento sociale. La Pellegrini, colosso con oltre 600 mense gestite lungo la Penisola e 640 milioni di ricavi a livello di gruppo nel 2019, si è anche impegnata a rendere nuovamente agibili le cucine della scuola secondaria di primo grado *Don Milani*, distrutte cinque anni fa da un incendio, al fine di ripristinare più adeguate condizioni di organizzazione della refezione.

Roadhouse, esordio nel centro di Milano

Sale a quota 154 il numero dei locali della catena di steakhouse **Roadhouse Restaurant** dopo l'opening del ristorante vista Duomo collocato di via Merlo angolo via Larga a Milano.
Un format consolidato che qui porta anche una novità: il locale servirà nella modalità delivery anche i piatti di **Calavera Fresh Mex**, altro marchio di Roadhouse, assurta ad holding dei brand di casual dining del **Gruppo Cremonini**, che ne è proprietario. Sono 20 i giovani neoassunti che lavorano nel nuovo pdv.

Autogrill ad Amsterdam: 8 anni e 1,8 miliardi in più

Grazie all'estensione al periodo 2028-2036 della partnership food&beverage valida in 79 punti vendita presenti nell'aeroporto di Amsterdam Schiphol, **Autogrill**, attraverso la divisione **HMSHost International**, prevede un fatturato complessivo supplementare di circa 1,8 miliardi di euro. Presente nello scalo olandese dal 1995, il Gruppo italiano, attraverso la costola "international" (attiva in 43 aeroporti, 35 stazioni ferroviarie e 7 centri commerciali in Europa, Medio Oriente e Asia Pacifico) di **HMSHost** (presente in oltre 120 aeroporti negli Stati Uniti, Canada, Europa, Asia e Oceania), è il principale operatore f&b delle scalo, al terzo posto nella classifica europea per volume di passeggeri con 71,7 milioni di passeggeri nel 2019 e oltre 330 destinazioni servite. La prosecuzione della collaborazione include le realtà ristorative del futuro Pier A dell'hub oltre alla riqualificazione della Lounge 1, contribuendo così alla realizzazione della vision aziendale finalizzata al raggiungimento del 100% di sostenibilità.

Wagamama porta la cucina asiatica a CityLife

Wagamama apre nel cuore della foodhall dello shopping district di *CityLife*, l'avveniristico quartiere milanese sorto all'ombra delle Tre Torri di Arata Isozaki, Daniel Libeskind e Zaha Hadid. Il concept di cucina panasiatica, gestito in Italia dalla società **C&P** (joint venture tra **Chef Express** e **Percassi** nata nel 2019 per sviluppare la ristorazione multi-brand), è una catena di ristorazione con passaporto britannico fondata a Londra nel 1992, specializzata nel segmento del casual dining. Oggi conta su 190 location in 22 paesi. La quarta replicazione italiana del format, la seconda a Milano accanto ai pdv presso l'*Oriocenter* di Orio al Serio (BG) e nell'aeroporto di Malpensa, ha numeri monstre: 635 mq, di cui circa 40 mq di cucina a vista, 223 coperti, di cui 159 interni e 64 esterni. Il locale offre un menu di oltre 50 piatti.

Secondo **Cristian Biasoni**, AD di C&P, per wagamama il piano di sviluppo prevede circa 20 aperture nei prossimi anni.

Una crisi "selettiva"

Il 2020 sta imboccando il suo tornante finale e – fra le nebbie dell'incertezza e l'intrecciarsi convulso di timori e speranze – c'è solo un dato che spicca con chiarezza: quest'anno passerà assai tristemente alla storia come quello dominato dalla "grande epidemia". Oltre 30 milioni di contagiati dal coronavirus nel mondo e un milione di decessi provocati dal dilagare del morbo sono le poste di un tragico bilancio che, realisticamente, appare destinato a pesare a lungo sullo scenario globale.

Anthony Fauci, virologo di fama mondiale e capo della task force contro il coronavirus della presidenza Usa, prevede un ritorno alla normalità non prima della fine del prossimo anno e purché si determini (la Repubblica, 20 settembre): "una combinazione di vaccini sicuri e di politiche sanitarie adeguate".

Bill Gates, grande imprenditore attento ai temi umanitari e a quelli dello sviluppo sostenibile, ha un approccio ancora più cauto. "La pandemia finirà solo nel 2022", ha dichiarato presentando un rapporto della sua Fondazione all'Onu (La Stampa, 13 settembre). L'analisi del fondatore di Microsoft, forte di una solida rete di esperti, è dura: "Quest'anno, a causa del Covid, la salute del mondo è arretrata ai livelli di 25 anni fa, mentre la povertà estrema è cresciuta del 7 per cento".

Cifre urticanti, alle quali Gates lega le sue valutazioni. "Dobbiamo fermare il virus", afferma. A suo avviso questo traguardo è possibile se funzionerà la collaborazione internazionale, in primo luogo per la realizzazione del vaccino. In sintonia con Fauci, egli prevede che potrebbe diventare disponibile, per una somministrazione consistente, al più presto nella parte finale del prossimo anno.

Ma, aggiunge, mentre, col vaccino, per avere effetti significativi sulla salute basteranno 12-18 mesi, occorrerà un tempo ben più lungo per riparare i danni economici prodotti dalla pandemia, specie per i Paesi ad alto debito. Opinione, quest'ultima, già emersa, a fine agosto, in un documento della Federal Reserve Usa.

La Banca Mondiale, d'altra parte, ha calcolato che, nel 2020, si sta verificando, a livello globale, una diminuzione di reddito pro capite così diffusa come non accadeva da oltre un secolo.

Si delinea, in sintesi, uno scenario nel quale, a livello globale, si può nutrire fiducia per il periodo medio-lungo ma nell'immediato siamo di fronte a un passaggio assai difficile: considerazione che vale, in particolare, per l'Europa, visto che la temuta "seconda ondata" del virus, che gli esperti si attendevano solo per il tardo autunno, sembra invece avere bruscamente anticipato i suoi tempi aggredendo vari paesi come Regno Unito, Francia e Spagna.

L'Italia, in questa vicenda, ha subito costi umani molto elevati ma sta mostrando una buona capacità di resistenza alla diffusione dell'epidemia. Il nostro Paese appare però sempre più esposto ai pesanti danni, economici e sociali, provocati dal virus.

Lo confermano i dati sull'occupazione relativi a tutto giugno, diffusi dall'Istat l'11 settembre. Essi mettono in luce quella che è stata efficacemente definita una crisi "selettiva" (Dario Di Vico, Corriere della Sera, 12 settembre).

Le cifre complessive sono drammatiche: 810mila posti di lavoro persi rispetto allo stesso periodo del 2019; una contrazione delle ore lavorate del 20%; tasso di occupazione che rispetto al primo trimestre dell'anno è diminuito dell'1,2% e un tasso di inattività che è invece cresciuto del 2 per cento.

Si tratta di un andamento che colpisce in prevalenza l'area del lavoro autonomo e di quello a termine; i dipendenti a tempo indeterminato sono stati infatti largamente pro-

tetti dal blocco dei licenziamenti e dal ricorso, in dosi più massicce nel settore industriale rispetto a quello dei servizi, alla Cassa integrazione guadagni, strumento prolungato sino a fine anno.
Tutto questo accentua il divario tra "garantiti" e "non garantiti" che caratterizza da tempo il mercato del lavoro italiano e produce anche un effetto "dopante" sulla effettiva condizione economica e sociale del Paese.
Si profilano due rischi: a) che nella sensibilità collettiva si tenda a sottovalutare che gli interventi di sostegno al reddito sono plausibili in situazioni di emergenza e dovrebbero perciò conservare un carattere temporaneo; b) che la loro prolungata e diffusa utilizzazione possa determinare un effetto distorsivo sui livelli di produttività del Paese e quindi sulla sua complessiva capacità concorrenziale.
L'industria manifatturiera già evidenzia secondo un'analisi diffusa in agosto dall'Istat, un aumento del costo di lavoro per unità di prodotto; lo stesso documento rileva: "una compressione dei margini di profitto unitari".
Non sorprende, perciò, che vi sia – soprattutto nelle medie imprese, cioè nel segmento cruciale della nostra struttura produttiva – una tendenza al differimento o, peggio, all'annullamento dei piani d'investimento.
Si tratta di un fenomeno preoccupante, che richiederebbe di essere seguito ben più di quanto accada e andrebbe contrastato adottando efficaci contromisure.
Com'è noto la riduzione degli investimenti, soprattutto pubblici, è in atto da oltre un decennio. Basti citare un solo esempio: il Governatore della Banca d'Italia, Ignazio Visco, ha recentemente ricordato ("il Mulino", numero 510) che lo Stato investe nelle Università, rispetto al Pil, la metà di quanto fanno i Paesi a noi più vicini mentre il nostro settore produttivo destina alla ricerca lo 0,9% del Pil contro l'1,7 impegnato dalla media dei Paesi dell'Ocse.
Tale riduzione è fra le cause principali del divario in termini di produttività che l'Italia accusa rispetto ai suoi più diretti concorrenti. L'esplodere della crisi sanitaria ha reso più grave la questione: nel secondo trimestre 2020 la spesa per investimenti si è contratta del 15% rispetto al trimestre precedente.
Senza una netta svolta in questo campo, rafforzando il volume degli investimenti davvero produttivi, non sarà possibile l'avvio di un effettivo processo di ripresa del Paese.
Negli ultimi tempi si è invece assistito a una fitta pioggia di bonus, sussidi e provvidenze varie mentre è diminuita l'attenzione verso un aspetto, sgradevole, che tuttavia sarebbe pericoloso rimuovere: il nuovo debito che lo Stato, a causa della pandemia, è stato costretto a contrarre andrà, prima o poi, restituito; anche le benemerite risorse rese disponibili dall'Europa hanno, in buona misura, carattere di debito: questo impone scelte, per il loro impiego, particolarmente oculate e coerenti.
"L'helicopter money" – il lancio di denaro da un elicottero – è una suggestiva provocazione teorica, alla quale, nel 1969, ricorse l'economista e premio Nobel **Milton Friedman** per spiegare le sue idee di politica monetaria. A prenderla troppo alla lettera si potrebbe però scoprire, e anche piuttosto in fretta, che nel motore dell'elicottero non c'è più carburante e non vi sono più neppure piloti disposti a compiere voli tanto spericolati.

Antonio Duva

Rilancia la tua attività

Il leader dell'e-commerce
ti presenta la sua gamma HO.RE.CA

MONDOFFICE
HO·RE·CA

Con la nuova selezione Mondoffice HO.RE.CA vogliamo offrirti una vasta gamma di prodotti per costruire il tuo percorso professionale nell'Hotellerie, nella Ristorazione e nel mondo del Catering & Eventi.

Abbiamo ampliato il nostro assortimento con i migliori prodotti per la preparazione, la conservazione e la distribuzione degli alimenti, affinchè la tua tavola sia sempre impeccabile e il tuo servizio di consegna sicuro e sempre più sostenibile.

Che sia un bar, un ristorante o una grande impresa il nostro team di esperti ti fornirà le più attuali soluzioni per ogni tipo di esigenza e nella salvaguardia dell'ambiente con una selezione di prodotti riciclabili, compostabili e biodegradabili.

La nostra offerta si arricchisce di prodotti di tendenza e gamme specifiche. Il nostro sistema logistico è attrezzato per la gestione di grandi volumi, come di piccole unità, con consegne dedicate in tempi rapidi.

Focus ordini

Tutti gli ordini pervenuti entro le ore ***17.00***
vengono spediti in giornata

Trasportatori dedicati:

Una flotta di veicoli personalizzati si occupa delle spedizioni in tutti i principali centri urbani e oltre il ***40%*** delle consegne su tutto il territorio nazionale.

- Trasporto gratuito
- Consegna in 24/48 h
- Tracking dell'ordine
- Eliminazione di documentazione cartacea
- Servizio clienti con consulenza dedicata e specifica di prodotto

Consulta i nostri canali social per restare sempre informato su prodotti, iniziative e consigli.

Assortimento Take Away e Protezione

Sicurezza e protezione sono i must sui quali abbiamo concentrato le nostre azioni di selezione delle migliori proposte per il tuo lavoro e la tua gestione in sicurezza di qualsiasi consegna, anche a domicilio.

Ogni passaggio della filiera di lavoro e consegna è analizzato dai nostri esperti per integrare la gamma di prodotti dedicati, via via che le indicazioni sanitarie o istituzionali modificano processi o definiscono nuove esigenze.

Valutiamo anche attentamente il rapporto qualità/prezzo di ogni proposta, stabilendo in relazione agli utilizzi e alle stagionalità, quale sia il mix più conveniente e adatto a te.

www.mondoffice.com

Il nostro impegno per l'ambiente

In Mondoffice ci impegniamo costantemente a limitare l'impatto sull'ambiente che ci circonda.

Lo facciamo attraverso una gestione attenta delle risorse che impieghiamo nello svolgere le nostre attività, e selezionando i migliori prodotti eco-compatibili presenti sul mercato.

Nella nostra gamma HO.RE.CA oltre agli articoli prodotti con materiali compostabili e biodegradabili, troverai numerose proposte ottenute da materiali riciclati sino al 100%.

Una scelta concreta perché tu sia parte attiva di un reale processo di economia circolare.

L'ottimismo **in tavola**

Nonostante le difficoltà, le catene del fuoricasa hanno riaperto i battenti e puntano a crescere ancora, tra novità di servizio e di prodotto. Garantendo la massima sicurezza per dipendenti e clienti

di M.L.Andreis

Dopo la contrazione del 27,7% registrata a luglio 2020 rispetto allo stesso mese del 2019 e la flessione del 40,6% nei primi 7 mesi del 2020 nel confronto con lo stesso periodo dell'anno prima (dati dell'Osservatorio permanente *Confimprese-EY* sugli andamenti di consumo), la ristorazione ad agosto e settembre mostra segnali di ripresa. È soprattutto la commerciale sviluppata a catena ad aver riacceso i motori, come dimostrano anche le numerose aperture che si sono susseguite nel corso dell'estate e all'inizio dell'autunno, seppure a ritmi meno sostenuti di quanto preventivato prima della pandemia. È questo il leitmotiv che caratterizza le disamine sulla situazione attuale delle rispettive insegne di alcuni protagonisti del foodservice: a loro abbiamo chiesto di fare il punto della situazione e di delineare gli scenari futuri non solo delle proprie attività ma del fuoricasa italiano più in generale.

La forza delle alternative

Con 220 ristoranti attivi da nord a sud dello Stivale, di cui il 70% gestito da partner in franchising e la restante parte facenti capo a **Burger King Restaurants Italia** quale master franchisee, in Italia il re del whopper USA conta 5.000 dipendenti a livello di sistema: una posizione di primo piano che permette all'AD **Andrea Valota** di guidarci con cognizione di causa nell'analisi

ANDREA VALOTA, AD Burger King Restaurants Italia

di ciò che si muove nel mercato della ristorazione veloce. "*Escludendo il periodo in cui i ristoranti erano chiusi al pubblico, si può dire che stiamo assistendo a un incremento delle forme alternative di consumo, come il delivery, il take away e la modalità drive thru, dovuto all'adattamento a questa nuova normalità*", esordisce il manager. Che ricorda come la pandemia abbia portato Burger King a compiere una scelta drastica: è stata la prima volta in assoluto che il gruppo ha deciso di chiudere tutti i ristoranti di un Paese, prima ancora che lo imponesse il Governo. "*L'abbiamo reputata un'azione necessaria e doverosa nei confronti dei nostri clienti e dipendenti al fine di poter tornare più forti e ancora più sicuri come lo siamo adesso. Abbiamo quindi intensificato le procedure di pulizia e sanificazione quotidiana dei nostri ristoranti, delle cucine, delle superfici e delle attrezzature, fornendo ai nostri dipendenti mascherine e guanti monouso e prevedendo il rigoroso distanziamento*", precisa Valota.

Dopo la riapertura invece, i ristoranti hanno una capienza ridotta: "*Per questo motivo durante l'estate – primi sull'intero mercato della ristorazione – abbiamo rilasciato un aggiornamento della nostra app che consente al cliente di prenotare un tavolo, di scegliere il proprio menu e di pagare anche tramite smartphone, evitando in questo modo qualsiasi tipo di contatto. All'arrivo sul pdv, dopo aver segnalato inquadrando un QR Code la propria presenza, l'applicazione, che dialoga con la cucina, invia l'ordine che sarà processato e preparato, riducendo così anche i tempi di attesa*".

I mesi di chiusura non sono trascorsi invano: come ricorda il nostro interlocutore infatti, è allora che sono stati riorganizzati i ristoranti e le procedure interne per i dipendenti: nelle cucine sono state create vere e proprie isole di lavoro, al fine di rispettare le distanze di sicurezza e di evitare il contatto tra gli addetti alle diverse preparazioni. Tra marzo e aprile inoltre sono stati erogati corsi di formazione e aggiornamento online a dipendenti e franchisee, per preparare tutti alla ripartenza. Anche sulle già severe procedure di approvvigionamento si è agito per aumentare la sicurezza.

Allo stesso tempo l'offerta si sta evolvendo per andare verso i desiderata dei clienti: "*Abbiamo appena lanciato* Specktacular, *la limited edition preparata con Speck Alto Adige IGP prodotto da* Senfter di Grandi Salumifici Italiani. *Si tratta della terza collaborazione con un'azienda italiana di questo tipo, in linea con l'italianizzazione delle materie prime: attualmente oltre l'80% è made in Italy*".

Certamente il comparto della ristorazione è stato tra i più toccati dalla pandemia e, secondo l'AD, dovrebbe essere aiutato di più a risollevarsi: "*Riteniamo che prima di tutto occorra un dialogo tra le parti in causa basato su dati concreti ed oggettivi e in ottica di obiettivi comuni futuri di lungo termine*".

Sul fronte della crescita, infine, Valota sottolinea come la pandemia avesse bloccato, ma non cancellato, il programma di sviluppo e le aperture previste nel 2020: "Stiamo lavorando per accelerare il più possibile: al momento sono previste 3 aperture entro le fine dell'anno", chiosa.

Il momento perfetto

Con 200 addetti in 20 punti vendita gestititi tutti direttamente, di cui tre aperti nel mese di settembre, **Pizzium** è l'emblema di una voglia di crescere che l'emergenza sanitaria ha solo frenato: "*Per noi ripresa significa anche investimento*", scandisce infatti **Stefano Saturnino**, AD della catena milanese di pizzerie che, oltre a Cesano Maderno (MI), ha tagliato il nastro di recente a Parma e Piacenza, consolidando la propria presenza in Emilia Romagna.

Il fatturato YTD (gennaio-luglio) della catena è di oltre 7 milioni nonostante i mesi di lockdown in cui era calato di circa 3 milioni a regime. "*Certo andremo incontro a mesi difficili. Ma confidiamo in un contenimento dei nuovi contagi che ci permetta di evitare una nuova chiusura totale. Considerando tuttavia un comparto ristorazione che viaggia tra il - 37%/-40% a luglio vs AP, il nostro risultato è positivo e dimostra gli sforzi fatti negli ultimi mesi. Rispetto alla settimana di riapertura dei locali a fine maggio, abbiamo recuperato oltre il 70% delle vendite*".

Non solo: Pizzium si è consolidata anche nelle città in cui i ristoranti hanno meno di un anno di vita. Questi risultati e l'attenzione nella gestione dei costi hanno determinato una performance totale dell'azienda sopra la media di mercato, sottolinea il nostro interlocutore. Che, rispetto invece al peso del delivery, canale fondamentale durante il lockdown, spiega come oggi la situazione sia tornata circa ai

STEFANO SATURININO, AD Pizzium

livelli pre-covid, chiaro segnale che le persone hanno desiderio di tornare alla normalità. A luglio, infatti, circa il 70% delle vendite proveniva dalle sale, pesando il delivery intorno al 22% delle vendite e il take away all'8%.
Alla consegna nondimeno va dato atto di aver salvato il business durante il blocco: "*Il che ci ha permesso di continuare ad impiegare parte del nostro personale, usufruendo al contempo della cassa integrazione per la restante parte*".
Con la riapertura, i tavoli sono stati sistemati a una distanza di un metro, privilegiando quelli da due posti. A ciò si è sommata la possibilità di prenotare nei punti vendita in modo da gestire i flussi di clienti per non creare attese. È stata altresì dedicata una piccola area esterna per il ritiro dei prodotti da consegnare, così da salvaguardare ancor di più il distanziamento.
E ancora: l'attività di trasporto e scarico delle materie prime è particolarmente controllata e l'accesso dei fornitori è ridotto allo stretto necessario. A parere di Saturnino, il credito d'imposta pari a una percentuale del canone di locazione introdotto nei primi 2-3 mesi di lockdown deve essere estesa fino a che le misure di distanziamento rimarranno in vigore. "*È importante che la loro applicazione non sia vincolata alla dimensione della realtà, in modo da sostenere sia i piccoli ristoratori che le società di maggiori dimensioni*", sottolinea.
Accanto al potenziamento del delivery (con l'arrivo di **UberEats** da ottobre), un nuovo sistema di fidelizzazione dei clienti verrà lanciato in autunno: "*In questo momento diventa ancora più rilevante perché ogni cena o pranzo fuori casa viene pianificato sia in termini di luogo che di budget. Essere accanto ai nostri clienti con un prodotto sempre di alta qualità e un'esperienza di calore per noi è una priorità: la pizza che ci si concede alla settimana nonostante la crisi e le difficoltà, se è da Pizzium, deve essere un momento perfetto*".
Fronte aperture, dopo le tre settembrine, si punta a una seconda location a Roma entro l'anno per poi tagliare nastri a 10 locali nel 2021.

All'aperto è bello

A fronte di una rete di 350 coffee shop all'estero, sono 30 le caffetterie del gruppo **Massimo Zanetti Beverage Group** in affiliazione commerciale e tre quelle in licensing aperte in Italia, per un totale di circa 280 addetti.
La pandemia ha avuto effetti sulle abitudini e le preferenze di consumo dei clienti, come mette in luce **Pascal Héritier**, chief operating officer dell'azienda italiana: "*I clienti prediligono adesso la consumazione all'esterno dei locali, nei dehors o in zone di sedute condivise, come le aree di ristorazione dei centri commerciali; persiste invece una certa diffidenza nei confronti della consumazione al banco. Le modalità di delivery e take-away hanno sempre rappresentato una percentuale minimale delle vendite, circa il 5%-10%. Gli scorsi mesi di marzo e aprile sono stati difficili per i nostri affiliati, ma già a partire da maggio il recupero è stato molto positivo e guardiamo con fiducia ai mesi a venire*".

PASCAL HÉRITIER, chief operating officer Gruppo MZB

Anche se in Italia non ci sono store in gestione diretta, il manager tiene a sottolineare come sia massima l'attenzione dell'azienda verso i suoi affiliati: "*Per questo abbiamo adottato alcune misure a loro sostegno: penso ad esempio alla sospensione delle royalties e alla dilazione dei pagamenti. Inoltre, abbiamo fornito tutte le informazioni necessarie a tutela della salute del personale e della clientela. Infine, ci siamo attivati per reperire informazioni e contatti di fornitori per l'approvvigionamento di materiali di protezione individuale e modalità di accesso alle iniziative governative di supporto al settore*".

In particolare, a tutti i franchisee è stato chiesto di eseguire le misurazioni per garantire le distanze tra i tavoli e di apporre la segnaletica necessaria a favorire il distanziamento. Sono state inoltre installate barriere di plexiglass a protezione di chi opera in cassa. Sin dall'inizio della pandemia, la sicurezza e la salute di lavoratori e clienti sono state messe al primo posto, e così è stato anche dopo la ripartenza.

La stessa linea si è tenuta nei confronti dei rapporti con i fornitori.

Entro fine anno il Gruppo prevede di inaugurare cinque nuovi punti vendita in affiliazione commerciale, di cui quattro **Segafredo Zanetti Espresso** e un **Chock full O'Nuts**. I contratti sono già firmati e i cantieri avviati.

La forza della resilienza

Con 180 locali (34, a breve 38 in gestione diretta, la parte restante in franchising) a marchio **Alice Pizza**, attualmente la rete del format conta oltre 2.000 dipendenti. "*Il nostro concept è piuttosto resiliente e ha performato bene anche durante l'emergenza*": con evidente soddisfazione esordisce così il ceo **Claudio Baitelli**. Che poi puntualizza: "*È innegabile una flessione ma va evidenziata a compensazione una crescita nei settori su cui stavamo già lavorando molto, il delivery e l'asporto, che sposano bene la natura del nostro marchio. Ogni settimana stiamo recuperando terreno e questo ci mette nella condizione di essere ottimisti per i prossimi mesi e di non frenare i nostri progetti di sviluppo*". Si tratta in concreto di una decina di opening, tra gestioni dirette e franchising, di cui una a Roma, due a Milano e una a Torino all'inizio dell'autunno.

CLAUDIO BAITELLI, ceo Alice Pizza

Ma tornando al recente passato, il manager precisa che tutte le iniziative prese da Alice nei mesi più difficili sono state condivise con la rete, sia dei pdv diretti che degli affiliati, tutti supportati energicamente dal primo giorno di emergenza. "*I nostri dipendenti sono stati dotati subito di adeguati strumenti di protezione e formati sulle norme per la prevenzione del covid, tanto che nessuno si è ammalato in quella fase*". Infografiche, formazione degli addetti per la tutela dei clienti, comunicazione interna ed esterna, fino a video tutorial destinati ai dipendenti e video con storytelling diffusi sui social: "*Abbiamo usato tutti i canali a disposizione per operare e comunicare le nostre scelte in questo campo. Non solo: nella prima fase abbiamo eliminato il consumo sul posto per favorire invece il take away e le consegne a domicilio. Ai fornitori abbiamo richiesto di effettuare gli scarichi al di fuori dei nostri negozi e sempre con i DPI. Abbiamo inserito delle barriere in plexiglass per proteggere le nostre bilance e i nostri dipendenti*".

Per Alice è stato un periodo di grande fermento: "*Se da un lato eravamo fermi, dall'altro abbiamo creato e inaugurato dei cantieri che forse in tempi normali avrebbero richiesto più tempo. Parlo di un centralino dedicato per gli ordini, di uno shop online e di un'app proprietaria destinata sia alla consegna a domicilio sia al servizio di prenota e ritira che fino ad ora non era disponibile. E non è tutto: tre ricette in edizione limitata, una campagna televisiva a livello nazionale in concomitanza della ripresa del campionato, il rebranding del nostro sito web, oltre alle attività per l'apertura di nuove pizzerie che non si sono mai fermate*".

Sul fronte food invece, sono state introdotte nuove ricette, un formato nuovo per il pizza box e si è lavorato anche a un progetto che riguarda il comparto beverage, nel quale sono state attivate nuove collaborazioni.

A domanda sulle misure adottate dal Governo, Baitelli risponde che si poteva fare di più: "*Auspichiamo degli interventi efficaci che favoriscano il ritorno delle persone nei centri città e così anche i turisti. Le soluzioni adottate per ora sono state più tattiche che strutturali*".

Anche il tema degli affitti è centrale per quanto complesso. Il management di Alice Pizza ha cercato da subito un dialogo, consapevole delle proprie esigenze, ma anche di quelle dei suoi interlocutori: "*La situazione è a macchia di leopardo, forse in questo caso invece sarebbe servita un'iniziativa del legislatore, più definita e risolutiva*".

A tutta crescita

La rete di punti vendita a mar-

L'INGREDIENTE SEGRETO

sugosi
SURGITAL
I Prestigiosi
500g℮
CREMA DI TOPINAMBUR
SUGHI SURGELATI IN PEPITE
con latte 100% italiano
cremosa e vellutata
- veloce da preparare
- ideale per molteplici utilizzi
- preparato nelle nostre cucine e immediatamente surgelato
- non contiene conservanti
- senza aromi, coloranti e additivi aggiunti

smeraldiniemenazzi.it

NUOVO PACK	6 BUSTE DA 500 g X CARTONE	OCCUPA MENO SPAZIO IN FREEZER	RICICLABILE AL 100%

Sugosi® si rinnova e si fa in due. Salse, sughi e creme dalla qualità elevata per due linee: **I Grandi Classici** e **I Prestigiosi**.

Gli ingredienti più pregiati e le lavorazioni più complesse danno vita alle 4 raffinatissime ricette pensate per la linea **I Prestigiosi**, la cui fragranza può essere custodita solo da un'attenta surgelazione. Pratici e veloci, attenti al food cost, e pensati per gli impieghi della cucina più contemporanea.

Scopri tutte le referenze sul nostro sito.

Sugosi® è un marchio

L'italiana preferita dallo chef

surgital.it

DONATO ROMANO,
AD Gruppo La Piadineria

chio **La Piadineria** conta oggi 270 locali tra Italia Francia (7), di cui 195 in gestione diretta che danno lavoro a 1.100 persone.
L'azienda bresciana ha completato la riapertura dei punti vendita

all'inizio del mese di luglio. Il trend di crescita è stato lento ma costante anche in estate e le vendite hanno raggiunto il -19.1% like for like alla metà di settembre.
"*Siamo molto soddisfatti del risultato raggiunto visto il periodo, che ci conferma quanto i clienti apprezzino il nostro prodotto. Indubbiamente il perdurare dello smart working sta influenzando le performance di alcuni nostri locali, soprattutto nelle grandi città come Milano e Roma, anche se con il back to school speriamo che il trend di crescita si rafforzi ulteriormente*", ci spiega l'AD **Donato Romano**.
Cresce anche la quota delivery rispetto allo scorso anno nei locali dell'insegna, che ha implementato tutte le procedure in materia di sicurezza del lavoro secondo le disposizioni del Governo. Peraltro, gli uffici centrali hanno fatto ampio ricorso allo smart workig e l'azienda ha fatto ricorso anche al FIS, ma sempre anticipando tutti gli stipendi in modo da mantenere la puntualità nei pagamenti.
"*Abbiamo lavorato con la massima attenzione e scrupolo in modo che i clienti potessero tornare a gustare le nostre piadine in tutta sicurezza: questo ci ha consentito di riaprire velocemente e i clienti ci hanno premiato concedendoci da subito la loro fiducia*", aggiunge il manager. Il personale è stato dotato dei necessari DPI e formato su tutte le nuove disposizioni di sicurezza. Inoltre, le procedure di pulizia sono state rivalidate e rafforzate. Mentre le casse degli store sono protette da una paratia in plexiglass, il gel igienizzante è sempre a disposizione dei clienti, il cui ingresso ai ristoranti è contingentata dopo la verifica della temperatura.
È stato infatti ridotto il numero dei tavoli presenti nei locali e – ove possibile – ingranditi al massimo i dehors esterni.
In tema di provvedimenti a sostegno della ristorazione, il management del Gruppo si dice favorevole all'introduzione di misure quali il credito di imposta per quanto riguarda gli affitti e altre agevolazioni fiscali a favore delle aziende, nonché di contributi a fondo perduto a sostegno della ripresa.
Nel rapporto con il landlord invece, forte della capillare diffusione dei punti vendita nei principali centri commerciali del Paese, La Piadineria si è attivata per rivedere le condizioni economiche previste dal contratto in modo da ridurre l'incidenza dei costi d'affitto e consentire la riapertura. La concertazione è avvenuta in maniera capillare valutando caso per caso e il confronto prosegue in maniera costruttiva.
L'azienda ha accelerato e aumentato gli investimenti nel campo dell'innovazione: "*Sin dalla riapertura abbiamo avviato un vasto programma di digitalizzazione dell'esperienza di acquisto, che coinvolgerà pian piano tutta la nostra rete. Nello specifico cresce di giorno in giorno il numero di clienti che scaricano e utilizzano la nostra app click and collect, lanciata in luglio. Il programma permette di ordinare e ritirare l'ordine direttamente in punto vendita, consentendo al cliente di risparmiare tempo saltando la coda in store, evitando così affollamenti e assembramenti, caratteristica utile e apprezzata anche in vista dei mesi invernali*". L'app supporta tutti i principali mezzi di pagamento, l'ordine può essere effettuato in qualsiasi momento, anche dieci minuti prima del rituro. Entro la fine del mese di ottobre saranno quindi installati 60 Kiosk di self checkout nei ristoranti più performanti.
E il futuro? Il piano di espansione per il 2020 è ripartito con vigore. Dalla riapertura sono stati inaugurati otto nuovi locali: a Gallarate, Garbagnate, Roma Fermi, Verona P.le Stefani, Saronno, Varese, Torino e presso l'Outlet di Vicolungo.
"*Abbiamo pianificato altre sedici aperture entro la fine dell'anno in tutti canali di espansione del format, un programma ambizioso e consistente che testimonia il modello di sviluppo vincente di Gruppo La Piadineria nonostante la congiuntura così difficile*", conclude Romano.

Occhio al prezzo

La ripartenza della ristorazione scolastica nel rispetto delle linee guida anti-Covid, ha generato numerose richieste di rinegoziazione dei contratti in essere da parte di molte SRC. Facciamo il punto

di C. Giannone

Una piccola storia di grande attualità è ciò che sto per raccontarvi. Tutto ha avuto inizio una manciata di settimane fa quando, pochi giorni prima dell'inizio delle lezioni scolastiche (e quindi anche del servizio di ristorazione) il RUP (Responsabile Unico del Procedimento) di un ridente Comune del centro italia (3000 pasti giorno tra alunni dell'infanzia e delle primarie di primo grado) riceve una lettera dalla SRC a cui l'ente ha affidato il servizio di ristorazione scolastica.

Il contenuto della missiva altro non era che una richiesta di rinegoziazione del prezzo dei pasti: sia quelli consumati nei refettori distribuiti in multi porzione sia quelli confezionati in vaschette termo sigillate e consumate nelle aule adibite anche al consumo dei pasti. In pratica, per i pasti distribuiti con la multi porzione la richiesta di aumento ammontava a 1 euro mentre per quelli contenuti i vaschette termo sigillate il sovrapprezzo era di 2,10 euro. La richiesta era stata motivata con l'esigenza di fronteggiare l'aumento dei costi del servizio generati dall'obbligo di ottemperare alle prescrizioni ministeriali relative a misure di contenimento del COVID-19. La lettera, faceva

anche riferimento all'articolo 106, comma 1, lett. c), D.Lgs. n. 50/2016, che prevede la possibilità, per la stazione appaltante, di procedere a una revisione del contratto di appalto – senza necessità di nuova procedura di gara – qualora le modifiche agli accordi presi, fossero dettate da circostanze impreviste ed imprevedibili per l'amministrazione aggiudicatrice derivanti fra l'altro dalla "*sopravvenienza di nuove disposizioni legislative o regolamentari o provvedimenti di autorità od enti preposti alla tutela di interessi rilevanti*".
Il RUP davanti ad una simile richiesta, preoccupato di non essere in grado di valutarne la congruità e non sapendo dove reperire i fondi per finanziare tali costi imprevisti, non ha potuto far altro che rivolgersi ad una società di consulenza indipendente per avere dei consigli su come affrontare la questione.

Prezzi in aumento

Purtroppo questo non è un caso isolato. Molte delle amministrazioni che erogano servizi di ristorazione hanno ricevuto dalle società di gestione istanze di rimodulazione dei prezzi. E proprio in queste ultime settimane, insieme ai miei collaboratori, sto valutando molte richieste di pareri di congruità relativi a rinegoziazioni di contratti in essere avanzati da società di ristorazione.
Confrontando le diverse istanze, io e i miei colleghi abbiamo notato un diverso atteggiamento delle SRC, pur in presenza di situazioni analoghe.
Le richieste di aumento vanno da un minimo di 70 centesimi di euro a pasto fino a un massimo di 2,20 euro, con una media che si attesta intorno ad 1 euro. Come si spiegano queste differenze? I motivi sono diversi. In primo luogo citiamo la scarsa chiarezza dei documenti emanati dai vari organi competenti come il CTS (comitato tecnico scientifico) presso la protezione civile, il ministero della Salute e quello dell'Istruzione, il quali hanno in alcuni casi travisato le indicazioni che man mano venivano comunicate dal CTS in materia di ristorazione. Si è creata così una certa confusione che ha costituito terreno fertile per qualche operatore poco serio. Basti pensare alla questione della distribuzione dei pasti quali in un primo momento sembrava dovessero essere confezionati in vaschette termo sigillate con bicchieri e posate a perdere. Nei numeri precedenti di Ristorando abbiamo diffusamente parlato dei riflessi negativi che simili soluzioni avrebbero comportato sia da un punto di vista economico sia ambientale.
Per sottostare in toto alle indicazioni contenute in questi documenti, il lavoro delle SRC sarebbe dovuto cambiare drasticamente.
A cominciare dai processi produttivi, dell'organizzazione del lavoro, per proseguire con l'adeguamento in molti casi delle strutture di produzione sia in termini di lay-out (non sempre possibili) sia sotto il profilo delle attrezzature, dei furgoni per le consegne e via dicendo…
Mi chiedo come sia stato possibile che un organismo come il CTS non abbia ritenuto utile un confronto con le aziende di ristorazione e gli ordini professionali competenti prima di prendere decisioni in merito.

Malintesi e confusione

Troppe dichiarazioni frettolose finite sui giornali hanno così contribuito a generare malintesi e confusione.
Come quando le indicazioni di tecnici e ministeri competenti avevano dato l'impressione che la fase della distri-

buzione del pasto costituisse un momento ad alto rischio di contagio salvo poi affermare nei documenti successivi che non vi era alcuna evidenza che il cibo potesse essere causa di diffusione del Covid. Sarebbe stato più utile sottolineare che il vero rischio risiede semmai all'interno delle cucine qualora non vengono rispettate alcune regole di comportamento, e non si mettano in atto procedure corrette, specie per quanto riguarda il ricevimento della merce.

È utile rammentare che una derrata prima di arrivare in una cucina ha subito diversi passaggi ed è venuta a contatto con molti soggetti, così come è noto che il Corona virus può sopravvivere anche diversi giorni su alcuni materiali.

L'idea che potessero esserci dei rischi nella distribuzione dei pasti, specie se consumati in aula, ha indotto molti dirigenti scolastici a non derogare sulle modalità di distribuzione del pasto rispetto a quelle del documento elaborato dal CTS, trovando schierati a loro fianco molti RSPP delle varie sedi scolastiche che pur non conoscendo a fondo il problema non hanno fatto mancare il loro "apporto" imponendo in alcuni casi agli addetti alla distribuzione di cambiarsi scarpe camice guanti e cuffie.

Preoccupate dalla brutta piega che la questione stava prendendo, alcune associazioni del settore della ristorazione, hanno posto alcuni quesiti alla protezione civile e nello specifico al CTS, il quale ha risposto come riportato nello stralcio di verbale del 10 agosto 2020: "*In riferimento alle istanze prodotte dalle Organizzazioni Sindacali di Settore, da Lega Coop Produzione&Servizi e da ANGEM (Associazione nazionale della ristorazione collettiva e servizi) in merito alle indicazioni sul 'pasto a scuola', elaborate nella seduta n. 82 del 28/05/2020, il CTS conferma quanto già espresso, ribadendo la necessità di un'adeguata organizzazione degli spazi (refettori) e dei tempi (eventuali turnazioni) al fine di garantire il dovuto distanziamento e l'igiene degli ambienti dedicati.*" In merito alle

modalità di confezionamento del pasto.
Il protocollo d'intesa per garantire l'avvio dell'anno scolastico nel rispetto delle regole di sicurezza per il contenimento della diffusione di Covid 19 del 6 agosto 2020 sottoscritto dal Ministero dell'Istruzione e dalle organizzazioni sindacali precisa: "*Relativamente al concetto di 'mono-porzione' si ritiene possa essere riferito all'esigenza di garantire a ciascun alunno una porzionatura individuale del pasto. E prevede che, anche nell'utilizzo dei locali adibiti a mensa scolastica, siano rispettate le regole del distanziamento fisico. Si prevede, eventualmente e ove necessario, l'erogazione dei pasti per fasce orarie differenziate. La somministrazione del pasto deve prevedere la distribuzione in mono-porzioni, in vaschette separate unitariamente a posate, bicchiere e tovagliolo monouso, possibilmente compostabili. Per quanto riguarda le aree di distribuzione di bevande e snack, il dirigente scolastico ne indica le modalità di utilizzo, eventualmente riportandole anche nel Regolamento di Istituto, al fine di evitare il rischio di assembramento e il mancato rispetto del distanziamento fisico*".

A questo punto assistiamo a un colpo a sorpresa. Alcune Regioni sono intervenute sul tema e hanno emanato linee d'indirizzo relative alle modalità di distribuzione dei pasti. Le Regioni in questione sono: Lombardia, Emilia Romagna, Abruzzo e Lazio.
I documenti dei primi tre enti territoriali sono quasi identici e sostanzialmente concordano con quanto avevamo sostenuto sul numero di luglio della nostra rivista, al contrario la Regione Lazio ha previsto misure ancora più restrittive.

Linee di indirizzo a confronto

I documenti prodotti dalle Regioni non entrano nel merito delle caratteristiche delle stoviglie, cosa che ritengo molto importante, sono fermamente convinto che si debbano privilegiare i piatti in ceramica o in melamina, le posate in acciaio inox e bicchieri in policarbonato. L'uso delle stoviglie a perdere si giustifica solo se all'interno dell'edificio non è presente la lavastoviglie o le aule/refettori non si trovino al pianterreno e non vi sia la presenza di ascensori. Un problema irrisolto resta quello della distribuzione dell'acqua. L'ideale sarebbe che ogni bambino fosse dotato di una borraccia portata da casa, ma l'esperimento fatto dal comune di Milano non ha dato risultati soddisfacenti.
La soluzione dell'acqua minerale sembrerebbe la più semplice ma ha come inconveniente l'incremento della produzione di rifiuti e l'aumento dei costi.
Per concludere segnaliamo agli addetti ai lavori che se la somministrazione dei pasti avviene nella maggior parte dei casi con la modalità della multiporzione, l'ausilio di carrelli termici o neutri, l'impiego di tovaglie a perdere e stoviglie ad utilità ripetuta, l'aumento dei costi sarà determinato da un incremento delle ore di lavoro, dal costo per l'acquisto di ulteriori carrelli, contenitori isotermici e dai costi per l'implementazione dei piani di trasporto.

In ottime **mani**

L'igiene è oggi un requisito fondamentale per rassicurare consumatori e clienti. Ecco le soluzioni che Tork, marchio della multinazionale svedese Essity, offre al foodservice per contrastare i timori generati dal Covid

Mai come adesso l'igiene è un, anzi, "il" requisito fondamentale per chi svolge attività a contatto con il pubblico o produce alimenti o pasti per una clientela giustamente bisognosa di rassicurazioni: da ristoranti e strutture sanitarie agli uffici, dalle scuole alle industrie alimentari, fino alle imprese di pulizie. Proprio a loro **Tork**, marchio globale di **Essity** distribuito in 110 paesi, offre prodotti e servizi per l'igiene professionale: dispenser, asciugamani di carta, carta igienica, sapone, tovaglioli, panni, ma anche soluzioni software per la pulizia data-driven. Linee di prodotto che possono vantare la garanzia offerta da Essity, multinazionale svedese che dà lavoro a 46mila persone, ha fatturato 13,5 miliardi di dollari nel 2019 e vende in 150 Paesi con numerosi brand conosciuti in tutto il mondo: accanto a Tork, TENA, JOBST, Leukoplast, Libero, Libresse, Lotus, Nosotras, Saba, Tempo, Vinda e Zewa. In Italia è presente con una sede a Legnano (MI) e 3 stabilimenti produttivi in Toscana: nel 2018 ha sviluppato un fatturato di 506 milioni di euro di vendite nette nel Belpaese, con un incremento di quasi il 3% rispetto all'esercizio precedente.

Come cambia il cliente

Come sotto gli occhi di tutti, il covid-19 sta modificando gli atteggiamenti e i comportamenti delle persone.
Cresce ad esempio la consapevolezza dei rischi per la salute associati al livello di igiene negli spazi pubblici. Secondo uno studio internazionale di Tork condotto da *United Minds* in collaborazione con *CINT* in 4 paesi europei (Germania, Francia, Spagna e Svezia) su un campione di 4.035 intervistati, quasi 7 persone su 10 si sentono più a rischio oggi nel frequentare strutture con aree bagno poco igieniche, rispetto a prima della pandemia. Di più: l'80% ritiene che sia di fondamentale importanza per la sicurezza mantenere un elevato standard igienico in tali aree. E ancora: il 43% del panel afferma di non sentirsi al sicuro quando entra in una toilette dotata solo di asciugamani ad aria e il 75% desidera trovarci asciugamani di carta in alternativa: una preferenza cresciuta del 37% rispetto a prima dell'emergenza. Quali le ragioni di tale cambiamento? In primis la percezione che gli asciugamani di carta siano più igienici (80%), che le mani vengono asciugate più rapidamente (42%) e che si diffondano meno batteri nell'ambiente (39%) rispetto all'utilizzo dei sistemi ad aria. Non si tratta di una questione di poco conto: il 50% degli intervistati afferma infatti di avere meno probabilità di frequentare luoghi che non offrono asciugamani di carta per le mani e il 43% sostiene di non sentirsi sicuro a entrare in un bagno dotato di asciugamani ad aria.
"*La pandemia ha dimostrato che tutte le aziende devono adattarsi a un nuovo standard di igiene. Mentre alcune strutture potrebbero aver scelto gli asciugamani ad aria in precedenza, in base alla facilità d'uso percepita, ora questo non è più sufficiente. Una parte significativa della popolazione si sente meno al sicuro ora utilizzando gli asciugamani ad aria. Abbiamo assistito a un aumento delle richieste da parte dei facility manager che desiderano passare dagli asciugamani ad aria agli asciugamani di carta*", sottolinea **Riccardo Trionfera**, direttore commerciale di **Essity Professional Hygiene**.

RICCARDO TRIONFERA,
direttore commerciale
di Essity Professional Hygiene

Nuove priorità

Peraltro, per le aree critiche, come gli stabilimenti di lavorazione degli alimenti e gli ospedali, gli asciugamani di carta sono stati sempre l'unica soluzione accettabile per l'asciugatura delle mani.
E non a caso: a differenza della carta, il getto d'aria produce più goccioline trasportate nell'ambiante e ciò aumenta il rischio che i batteri si diffondano nell'aria.
Va poi ricordato che l'attrito derivante dall'asciugatura delle mani con i tovaglioli di carta aiuta inoltre a rimuovere più batteri rispetto ad altre opzioni. Insomma: lo studio suggerisce che fornire soluzioni che facciano sentire le persone al sicuro quando frequentano gli spazi pubblici deve essere una priorità assoluta per i facility manager.
Non rispondere alle loro preoccupazioni ha semplicemente un costo troppo alto.

Le confezioni

POLIPROPILENE

Il classico materiale plastico per il confezionamento di alimenti e generi affini. Leggero, resistente e affidabile.

MATERIALE BIO COMPOSTABILE

Stampato con inchiostri compostabili, mantiene le caratteristiche dei migliori materiali plastici pur non essendolo. Totalmente biodegradabile, rispetta l'ambiente ed è più facile da smaltire.

CARTA

Il classico per eccellenza, elegante e raffinato resiste alla concorrenza dei materiali più moderni.

Siamo specializzati nel **noleggio di posate in acciaio "made in Italy", lavate, sanificate ed imbustate.**

Garantiamo **una completa sanificazione** ed **assenza di manipolazione del prodotto** fino alla tavola, evitando qualsiasi tipo di contagio e contaminazione esterna.

Diamo la possibilità di **personalizzare i kit** sia come composizione che come veste grafica (possibilità di inserire logo, immagini, testi customizzati).

Via Giovanni Donghi n.8, 20811, Cesano Maderno (MB)
commerciale@clearkit.it
+39 348 3373532 | +39 0362 687643

Sicurezza del servizio e offerta flessibile

Queste le richieste più stringenti che ospedali e RSA muovono oggi nei confronti delle società di ristorazione, impegnate a soddisfare le esigenze emergenti ma anche a far quadrare i conti

di A. Anderloni

Il lockdown per la scolastica, lo smart working per l'aziendale e… l'emergenza sanitaria per la ristorazione ospedaliera. Il 2019 purtroppo verrà ricordato come l'annus horribilis per la collettiva. Un anno in cui al calo dei volumi ha fatto seguito un profondo ripensamento dei processi organizzativi e produttivi di molte aziende. Anche la ristorazione sanitaria, che tanto ha fatto nella fase di emergenza per dare continuità al servizio, oggi si trova di fronte alla necessità di confrontarsi con gli Enti assistenziali in virtù dei costi aggiuntivi che hanno interessato lo svolgimento della propria attività e in considerazione anche della sensibile riduzione del numero di pasti prodotti e serviti (sia in ottica di corto degenza che di lungo degenza) che caratterizzerà il bilancio di quest'anno. Nella stragrande maggioranza dei casi sono stati sviluppati protocolli su misura per ogni tipologia di servizio, riprogettati alcuni servizi per l'utilizzo di materiali monouso, aumentata la frequenza dei processi di sanificazione, introdotti menù diversi, riorganizzato il personale, rimodulato servizio e turni, adottato accorgimenti per evitare assembramenti nelle mense dei dipendenti e ridurre i contatti stretti da parte degli operatori. Tutto questo ha significato e continua a tradursi in ulteriori costi da affrontare che non erano mai stati contemplati e che certamente non facevano parte delle pur attente pianificazioni dei budget delle SRC. Su questi (e altri…) temi ci siamo confrontati con 7 dei principali player della ristorazione collettiva in Italia che, insieme, l'anno scorso hanno generato un giro d'affari di circa 650 milioni di euro, servendo più di 1000 strutture sanitarie attraverso l'operato di circa 15.000 addetti grazie ai quali hanno erogato circa 120 milioni di pasti. Con il loro aiuto cercheremo di dare uno sguardo al presente ma soprattutto al futuro di questa attività in un momento in cui le incognite superano di gran lunga le certezze.

FILIPPO DE LUCA
National Sales Rist. collettiva Camst

Camst - segmento sanità
Giro d'affari 2019: **81M€**
Numero strutture servite: **173**
Numero pasti erogati/anno: **17 milioni**

GIANLUCA BIGLINO
National Key Account Director - Rist. Sociosanitaria CIRFOOD

CIRFOOD - segmento sanità
Giro d'affari 2019: **142M€**
Numero addetti: **3.000**
Numero strutture servite: **> 250**
Numero pasti erogati/anno: **27 milioni**

RENATO SPOTTI
Amministratore Delegato Dussmann

Dussmann Service - segmento sanità
Giro d'affari 2019: **96M€**
Numero addetti: **1.842**
Numero strutture servite: **118**
Numero pasti erogati/anno: **17 milioni**

ANDREA CARTOCCIO
Direttore Marketing ed Innovazione di Gruppo e Direttore Stream Health & Welfare di Elior Ristorazione S.p.A.

Elior Ristorazione - segmento sanità
Giro d'affari 2019: **57,49M€**
Numero addetti: **914**
Numero strutture servite: **121**
Numero pasti erogati/anno: **12 milioni**

ARMIN BOSCHETTO
Direttore di Produzione Food Markas Srl

Markas - segmento sanità
Giro d'affari 2019: **25,28M€**
Numero addetti: **1.636**
Numero strutture servite: **> 75**
Numero pasti erogati/anno: **6,65 milioni**

MARIO PUTIN
Presidente Serenissima Ristorazione

Serenissima Ristorazione - segmento sanità
Giro d'affari 2019: **138M€**
Numero addetti: **3.000 ca.**
Numero strutture servite: **208**
Numero pasti erogati/anno: **22 milioni**

LORENZO CARLESI
Direttore Segmento Sanità & Senior Sodexo

Sodexo Italia - segmento sanità
Giro d'affari 2019: **125M€**
Numero addetti: **2900**

Quali sono ad oggi, i cambiamenti più significativi che hanno interessato il vostro operato e quali soluzioni avete adottato?

"Quello che abbiamo fatto", esordisce **Filippo De Luca**, National Sales Ristorazione collettiva **Camst**, *"è stato adattarci alla nuova situazione, intensificando alcune prassi che già prima erano in atto, dato che l'ambiente sanitario da sempre richiede particolare attenzione all'igienizzazione e all'utilizzo di dispositivi di protezione personale. Grazie alla nostra divisione di facility services, ha potuto agire con prontezza alle nuove richieste di pulizia e sanificazione degli spazi, che si sono intensificate a partire da marzo"*.

Tra i cambiamenti adottati da **CIRFOOD** c'è stata la scelta di convertire, in quasi tutti i casi, il confezionamento da materiale ceramico a materiale mono-uso, per evitare il rischio di contagio, ci dice **Gianluca Biglino**, National Key Account Director - Ristorazione Sociosanitaria CIRFOOD. *"Inoltre, abbiamo contingentato gli ingressi nei ristoranti self-service, limitato il più possibile l'accesso degli operatori all'interno dei reparti e sviluppato "lunch box", ossia bag, da consegnare e consumare individualmente, che abbiamo messo a disposizione anche per i medici e tutto il personale sanitario, dando la possibilità di prenotare anche tramite app"*.

Per quanto riguarda la ristorazione ospedaliera e per la terza età **Dussmann** ha rivisto la disposizione dei posti a sedere nei ristoranti aziendali e previsto anche un servizio al tavolo per evitare assembramento lungo la linea del self service e garantire così il distanziamento sociale. *"Per chi lo desidera"*, ci dice **Renato Spotti**, Amministratore Delegato Dussmann, *"abbiamo ideato una lunch box che possiamo consegnare direttamente nei reparti, nel caso di ospedali, o ritirare all'interno del ristorante aziendale. Abbiamo pensato a piatti unici, bilanciati dal punto di vista bromatologico e nutrizionale, semplici da consumare, somministrati in contenitori monouso riciclabili e confezionati in un lunch box adatti per servizio di delivery. Questo pasto offre la possibilità all'utente di poter ordinar direttamente on line entro le ore 10 del giorno stesso, scegliere tra le opzioni disponibili e decidere orario e luogo di consegna o ritiro"*.

Nella fase critica **Elior**, di concerto con i propri clienti, ha chiuso le sale da pranzo e i bar interni alle strutture in gestione, optando per un servizio in camera che riducesse al minimo il contatto tra le persone, mentre nelle mense ospedaliere sono stati delimitati i posti a sedere ed utilizzato segnaletiche a terra per agevolare i commensali nel mantenimento della distanza di sicurezza durante l'accesso alle aree self-service.

"Inoltre", ci spiega **Andrea Cartoccio**, Direttore Marketing ed Innovazione di Gruppo e Direttore Stream Health & Welfare di Elior Ristorazione S.p.A. *"tutto il personale in attività è stato formato sulle nuove misure di emergenza. Il menù ha subito lievi semplificazioni al fine di limitare i tempi di contatto e di manipolazione in cucina (operatore/cibo e operatore/operatore) senza modificare i principi nutrizionali né gli apporti calorici. Tuttavia, il focus massimo è stato posto sulle attività di sanificazione, elaborando un documento specifico che metteva in evidenza le aree di maggior rischio e quindi l'importanza non solo della pulizia ma della disinfezione"*.

Per garantire la massima sicurezza del servizio, **Markas** ha sostituito tempestivamente la prenotazione del pasto a letto da parte del degente con la prenotazione automatica, in modo di evitare il contatto tra il proprio personale e pazienti. *"Da subito abbiamo fatto ricorso a piatti, posate e bicchieri monouso compostabili"*, dice **Armin Boschetto**, Direttore di Produzione Food Markas Srl, *"e formato estensivamente il nostro personale sui protocolli di sicurezza, distanziamento e sanificazione. Con la volontà di venire incontro ai nostri clienti, abbiamo inoltre operato semplificazioni e variazioni di menu per impattare il meno possibile sulle stazioni appaltanti e in alcuni casi è stato necessario anche riorganizzare il nostro personale, rimodulando servizio e turni"*.

I cambiamenti più significativi che **Serenissima Ristorazione** ha dovuto apportare, e che presso alcune realtà sono divenuti strutturali, riguardano l'applicazione quotidiana di procedure anti contagio che vanno dall'impiego di materiale monouso all'implementazione delle procedure di sanificazione e disinfezione di arredi e locali, fino all'impiego di DPI aggiuntivi rispetto alla dotazione prevista prima del COVID. *"L'adozione di tali soluzioni"*, dice **Mario Putin** Presidente Serenissima Ristorazione, *"è assolutamente necessaria, ma non possiamo non considerare che, d'altra parte, comporta una spesa considerevole e strutturale gravante sul bilancio delle aziende di ristorazione, che già devono affrontare una contrazione dei volumi di pasti erogati, pari al 50% nel settore sanitario"*.

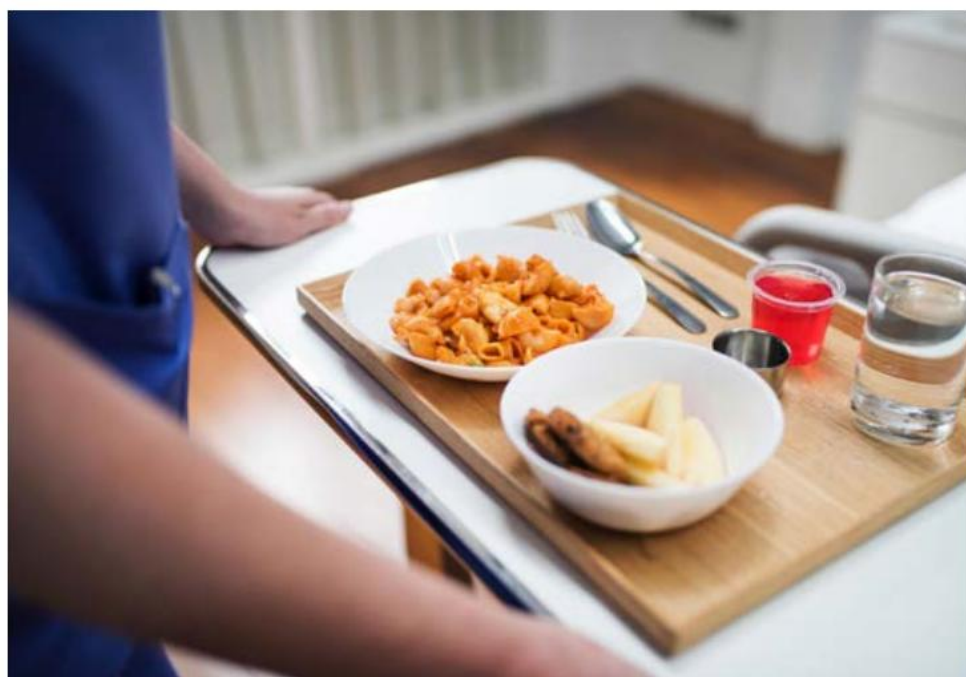
Nel caso delle attività del segmento Sanità & Senior, **Sodexo** ha introdotto alcuni cambiamenti in tre specifiche aree del segmento impattate dall'emergenza.

Il primo relativa al servizio di ristorazione, ha visto l'introduzione di strumenti monouso con una conseguente rimodulazione della proposta alimentare, a parità di pietanze e di fabbisogno nutrizionale. Il secondo coinvolge la gestione del processo, che si è modificato fortemente in termini di flussi, distanziamento e gestione dei servizi.

"Il terzo aspetto che vorrei mettere in luce", ci spiega **Lorenzo Carlesi**, Direttore Segmento Sanità & Senior Sodexo *"riguarda più in generale la comprensione della gestione di questa "nuova normalità", sempre dal punto di vista delle offerte del segmento Sanità e Senior. In questo senso, stiamo lavorando su novità importanti che riguardano il potenziamento del servizio di take away, che già offrivamo a bar e ristoranti, e quello di consegna sul posto di lavoro, nonché sicuramente rafforzare l'offerta di pulizia e sanificazione negli ambienti che abbiamo in gestione"*.

Come avete fronteggiato la contrazione dei volumi e che tipo di risultati prevedete in questo segmento a fine anno?

Anche per la sanitaria si è registrata una riduzione dei volumi dei pasti prodotti, sebbene non così significativa come quella che ha riguardato la ristorazione scolastica e quella aziendale. Nonostante il calo della produzione, le aziende sono rimaste al fianco di ospedali e RSA per poter garantire il servizio anche nei momenti più difficili dell'emergenza sanitaria. Ma tutto questo non è stato ininfluente sotto il profilo della perdita economica.
"Per la fine dell'anno", dice Filippo De Luca, (**Camst**), *"il nostro obiettivo è di incrementare gradualmente il volume dei pasti e dei servizi offerti in questo segmento, ci auguriamo un recupero più veloce dal punto di vista dei numeri rispetto a quanto possiamo prevedere negli altri segmenti della collettiva"*.
CIRFOOD si aspetta entro la fine dell'anno una contrazione dei volumi, al di sotto della soglia del 20% di alea. *"Le fasi critiche, in particolare i mesi di marzo, aprile e maggio"*, sottolinea Gianluca Biglino, *"hanno però comportato degli extra costi fissi, generali e per gli acquisti di materiali (stoviglie monouso, presidi DPI, prodotti ed interventi di sanificazione straordinari...) non prevedibili, considerando quanto inedita ed emergenziale sia stata la situazione generata dal COVID-19 e che graveranno in maniera significativa sui nostri bilanci"*.
Per **Dussmann Service** l'emergenza sanitaria ha avuto un impatto del -30% sulla ristorazione ospedaliera e per la terza età... *"E prevediamo confermato questo trend fino alla fine dell'anno"*, dice Renato Spotti. *"L'impatto economico e finanziario di questo evento è consistente, ma con la solidità finanziaria che la contraddistingue Dussmann ritiene comunque di poter far fronte ai propri impegni"*.
Anche per **Elior** l'emergenza epidemiologica da Covid 19 ha avuto un impatto considerevole sui volumi prodotti. Questo decremento ha colpito sia il mercato della ristorazione ospedaliera che quello delle RSA. *"Mediamente si è riscontrato un calo dei volumi del 20%"*, sostiene Andrea Cartoccio *"con picchi di gran lunga superiori per alcune realtà ospedaliere. In questo momento si sta verificando una lenta ripresa, tuttavia, l'ipotesi accreditata è che la contrazione dei volumi interesserà questi settori anche i prossimi mesi"*.
In casa **Markas** il calo delle utenze e la diminuzione degli ingressi hanno allo stesso modo comportato perdite significative. *"Naturalmente la nostra azienda"*, dice Armin Boschetto *"come tutti gli operatori del settore, è costantemente in contatto con gli enti appaltanti con l'obiettivo di trovare soluzioni condivise per garantire l'alta qualità che contraddistingue il nostro servizio. Data però la situazione che resta di assoluta imprevedibilità, risulta al momento molto difficile fare previsioni sul fine anno"*.

Anche **Serenissima Ristorazione** sta affrontando un momento difficile. *"Sebbene il nostro settore sia stato tra i più colpiti durante la pandemia"*, dice Mario Putin, *"il calo di fatturato del Gruppo Serenissima Ristorazione quest'anno dovrebbe attestarsi soltanto attorno al 10% e, anche se ridimensionata, contiamo di salvaguardare la redditività. Sul fronte investimenti continueremo a portare avanti il nostro ambizioso business plan, che ha previsto oltre 100 milioni di euro di investimenti nel triennio 2019-2022"*.
Per **Sodexo** il livello di incertezza è ancora altissimo e sicuramente l'impatto negativo sul prossimo semestre sarà considerevole. Questo impatto però è molto diverso a seconda delle linee di servizio. *"Per noi"*, ci spiega Lorenzo Carlesi *"l'area più impattata è quella delle caffetterie all'interno degli ospedali, con un calo di volumi ancora ad oggi del 50/60%, e pensiamo che la situazione potrebbe perdurare fino all'anno prossimo.*
Il settore Senior risulta fortemente impattato, anche a seguito di una serie di indicazioni normative introdotte per far fronte all'emergenza che non permettono alle rsa e case di riposo di accettare nuovi ospiti.
In questo ambito, ci aspettiamo un ritorno alla normalità pre-emergenza tra sei mesi - un anno. Più rapido invece dovrebbe essere il recupero del segmento della ristorazione ospedaliera, sia per lo staff che per i pazienti. Ci aspettiamo prima della fine dell'anno una ripresa della maggior parte delle attività ospedaliere che per l'emergenza erano state sospese".

Quali sono le richieste più urgenti che vi giungono dalle strutture sanitarie che servite?

In maniera generalizzata non vi è dubbio che le richieste più urgenti da parte delle stratture ospedaliere e socio-assistenziali riguardino gli aspetti della sanificazione e dell'igienizzazione di spazi e strumenti.
Per quanto riguarda più nello specifico la ristorazione, una richiesta molto frequente ci dice Filippo De Luca (**Camst**) riguarda la fornitura dei pasti veicolati per quelle strutture che stanno lavorando alla sanificazione e al restyling delle cucine all'interno dei loro locali.
Anche per **CIRFOOD** Le richieste più stringenti, tuttora, riguardano una maggiore attenzione alla sicurezza dei pazienti e degli operatori e quindi puntano al mantenimento e l'implementazione di misure che consentano l'erogazione e la fruizione del servizio di ristorazione in completa sicurezza. *"Abbiamo sviluppato protocolli ad hoc per ogni tipologia di servizio al fine di tutelare la salute delle nostre persone e dei nostri clienti"*, dice Gianluca Biglino *"riorganizzando il lavoro e riprogettando alcuni servizi che vedono già l'utilizzo di materiali monouso, la sanificazione con maggior frequenza e relativo personale dedicato, menù diversi e DPI per le nostre persone"*

Sicurezza del servizio e un'offerta flessibile sono sicuramente le richieste che vengono maggiormente rivolte a **Dussmann Service**. In secondo luogo, ma non meno importante, c'è la capacità di gestire gli spazi garantendo il distanziamento sociale. *"In questo senso"*, dice Renato Spotti, *"l'appalto dell'ospedale San Camillo Forlanini rappresenta una best pratice: Dussmann continua a profondere il suo sforzo nell'offrire un servizio vario (un ricco menù studiato ad hoc) e sicuro (pasto nel ristorante aziendale o delivery)"*.
Anche **Elior** si unisce al coro delle aziende che hanno vissuto i profondi cambiamenti che questa terribile epidemia ha generato nelle abitudini di tutti noi, innalzando in maniera esponenziale l'attenzione che è necessario rivolgere al tema della sicurezza e dell'igiene.
"Anche in sinergia con i nostri clienti", ci spiega Andrea Cartoccio *"lavoriamo con costanza per garantire il rispetto delle regole basilari, dal distanziamento sociale, all'utilizzo della mascherina, fino al monitoraggio della temperatura di tutti i nostri dipendenti e alla continua e assidua sanificazione delle mani e degli ambienti di lavoro.*
D'altro canto, i nostri stessi clienti hanno apprezzato, soprattutto nelle fasi iniziali della pandemia, il ricorso a materiali monouso e ai monodose".
"Tra le richieste principali" dice Armin Boschetto (**Markas**) *"riscontriamo un desiderio condiviso di "ritorno alla normalità", che per ora risulta difficilmente realizzabile. In questo momento riteniamo che la priorità sia non abbassare la guardia e continuare a seguire insieme ai nostri clienti i protocolli nazionali e a rispettare le normative anti-Covid, assicurando agli utenti sicurezza e qualità"*.
Anche **Serenissima Ristorazione** sottolinea l'importanza di un'applicazione rigida delle procedure di sanificazione e disinfezione insieme all'adozione di ogni accorgimento per evitare assembramenti nelle mense dipendenti e ridurre i contatti stretti da parte dei nostri operatori. *"Inoltre"*, spiega Mario Putin, *"dobbiamo monitorare il rientro del nostro personale dalle ferie e/o dall'estero. Per tali motivazioni Serenissima Ristorazione si è dotata di specifici protocolli di sicurezza che, oltre a fornire linee guida per comportamenti anti contagio, prevedono istruzioni per la gestione di potenziali casi di contagio all'interno dell'organico"*.
Sodexo sottolinea come tra gli aspetti più urgenti per strutture sanitarie vi sia la necessità di fronteggiare la carenza di medici e infermieri.
Carenza che nasce sia da una mancanza strutturale di professionisti (già presente prima dell'emergenza, sia all'estero sia nel nostro Paese), poi esponenzialmente amplificata dalle misure di isolamento e sicurezza in caso di sintomi e di infezione e dalla necessità di avere personale continuamente sotto osservazione e Covid-free.
"Altre richieste riguardano l'esigenza di certificazione dei *processi di pulizia e sanificazione"* dice Lorenzo Carlesi *"su cui stiamo lavorando e l'introduzione del monouso e del take-away"*.

Quanto è stringente il tema del riallineamento dei contratti in essere in base alle necessità sopravvenute?

Un tema all'ordine del giorno per tutte le SRC impegnate nello svolgimento delle proprie attività in questo complicato contesto è quello della negoziazione di servizi nuovi richiesti dai singoli clienti per far fronte alle esigenze sopravvenute a causa dell'emergenza sanitaria.
"*Il nostro approccio su questo versante*", dice Filippo De Luca (**Camst**) "*è di totale disponibilità e confronto sui servizi richiesti perché comprendiamo l'esigenza di preservare in maniera assoluta la sicurezza degli operatori e dei pazienti; d'altra parte l'introduzione di nuovi servizi genera dei costi per i quali è necessario riallinearsi con i committenti dal punto di vista contrattuale*".
"*Sicuramente l'emergenza ha portato in superficie l'esigenza di nuovi servizi*", sostiene Gianluca Biglino (**CIRFOOD**) "*più sostenibili a livello economico e allo stesso tempo sempre più di qualità e valore, in grado di rispondere in modo rapido e flessibile al continuo evolversi della situazione e dei bisogni dei pazienti, degli ospiti e del personale delle strutture ospedaliere e sociosanitarie. È inevitabile, dunque, che alcuni contratti andranno rivisti sulla base delle nuove richieste e del contesto che adesso si andrà a delineare*".
Nella fase di emergenza è stato prioritario dare continuità al servizio dice Dussmann Service. Ora è necessario un confronto con gli Enti considerati i notevoli costi aggiuntivi del servizio rispetto alla situazione di normalità e a fronte di una drastica riduzione del numero di pasti.
"*Con le stazioni appaltanti*", interviene Renato Spotti, "*il dialogo non è mai stato interrotto e rimane costruttivo. Inoltre, considerato il carattere di eccezionalità di quanto sta accadendo, Anac ha diramato un vademecum che contiene le norme di semplificazione degli appalti pubblici applicabili durante il periodo dell'emergenza*".
È evidente che in una situazione di drammatica riduzione dei volumi prodotti, il ventaglio di tutti i costi di gestione incida in maniera considerevole, creando dei significativi disequilibri.
"*La pandemia*", dice Andrea Cartoccio (**Elior**) "*ci ha messo nella condizione di dover affrontare ulteriori costi che non erano mai stati contemplati. La corresponsione di contributi economici per l'acquisto dei DPI necessari a garantire la sicurezza dei nostri dipendenti e degli ospiti delle strutture sanitarie, l'utilizzo di materiali monouso e di monodose fino alla proposta di farci carico delle azioni di sanificazione e disinfezione necessarie alla messa in sicurezza degli ambienti, sono solo alcune degli strumenti che abbiamo utilizzato per rimodulare e riallineare i contratti in essere con i nostri clienti*".
Anche per le modifiche al servizio, alle condizioni contrattuali e il calo generalizzato dei pasti è prevedibile la necessità di riallineare i contratti. "*Tuttavia*", dice Armin Boschetto (**Markas**), "*non consideriamo la situazione attuale problematica, ma la vediamo come un'opportunità di migliorare ulteriormente i rapporti di collaborazione con le stazioni appaltanti. Ci siamo trovati tutti in una situazione imprevedibile e di difficile gestione e grazie al dialogo riusciremo a uscirne insieme. Tutte le soluzioni proposte e trovate fino ad ora sono figlie di una collaborazione proattiva tra stazione appaltante e gestore*".
Fondamentale per **Serenissima Risotrazione** il tema della rinegoziazione dei contratti. "*In molte commesse*", interviene Mario Putin "*è venuto meno l'equilibrio economico necessario alla conduzione del servizio, con i costi che in molti casi superano i ricavi, mentre gli utili sono spariti.*
I nostri 9.500 dipendenti rappresentano da sempre la nostra più importante risorsa ma è necessario trovare un punto di incontro che consenta di garantire il prosieguo del rapporto di lavoro insieme alla sostenibilità complessiva del sistema".
La rinegoziazione dei contratti in essere è fondamentale anche per **Sodexo**. Soprattutto per quanto riguarda alcuni servizi come i bar e le caffetterie, dove il confronto con i clienti è finalizzato allo scopo di trovare una soluzione condivisa, in un'ottica di partnership e capendo che il contesto esterno è fortemente cambiato dall'emergenza. "*Ad esempio, in ambito Senior*", dice Lorenzo Carlesi, "*abbiamo già rinegoziato alcuni contratti poiché le necessità occupazionali ora sono molto diverse. Per quanto riguarda la ristorazione invece si tratterà di capire quanto rapidamente sarà possibile tornare ai livelli del passato, contando che negli ospedali i visitatori non possono ancora entrare o ci sono misure di distanziamento e regolazione dell'affluenza che impediscono che si ristabiliscano i volumi precedenti*".

L'emergenza Covid ha impresso un'accelerazione a tanti processi di innovazione che molte aziende avevano già in cantiere uno di questi è la possibilità di offrire sempre più soluzioni con servizi integrati di ristorazione e pulizia.

"*Sicuramente l'emergenza ci ha messo di fronte a delle nuove necessità che abbiamo vissuto fin da subito come una sfida a migliorarci, per adattarci alla nuova realtà*", dice Filippo De Luca (**Camst**). "*Per quanto riguarda la ristorazione socio-sanitaria, sicuramente va segnalato l'intensificarsi della produzione di piatti realizzati in atmosfera modificata e sottovuoto. Camst ha una forte specializzazione in questo tipo di tecnologie di cottura sulle quali investe in termini di innovazione e di risorse*".

Anche per **CIRFOOD** l'emergenza ha portato in superficie l'esigenza di nuovi servizi, più sostenibili a livello economico e allo stesso tempo sempre più di qualità e valore, in grado di rispondere in modo rapido e flessibile al continuo evolversi della situazione e dei bisogni dei pazienti, degli ospiti e del personale delle strutture ospedaliere e sociosanitarie.

Nel DNA di **Dussmann Service** c'è l'attitudine ad ampliare l'offerta dei propri servizi, caratteristica che è stata sfruttata anche durante questa emergenza sanitaria. "*La nostra azienda*", sottolinea Renato Spotti, "*vanta un'offerta di oltre 70 servizi integrati, il cui punto di forza è un'impareggiabile sinergia interna. Con un livello di self-delivery superiore al 90% e un orientamento operativo basato sulle esigenze del cliente, da oltre 50 anni la nostra Azienda è partner per l'erogazione di servizi integrati quali: ristorazione, sanificazione, manutenzione, facility management, sterilizzazione di strumentario chirurgico e security*".

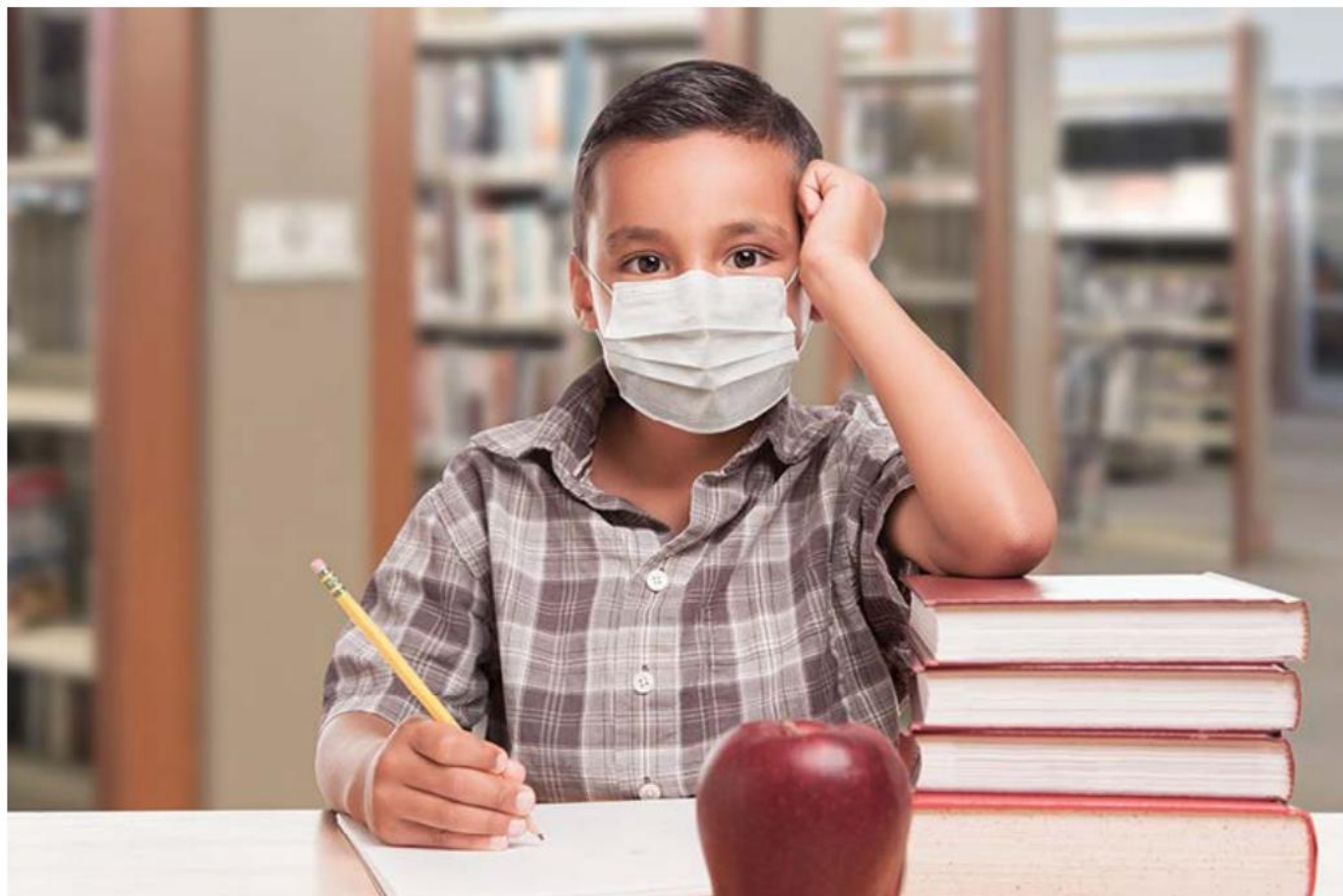
La crisi sanitaria porta con sé la sfida a riflettere su quelli che a pieno titolo sono divenuti trend di mercato: dalla maggiore cura della salute, fino alla crescente attenzione collettiva verso il benessere fisico. In quest'ottica e rispondendo ad un imperativo di resilienza, il Covid ha certamente contribuito ad attivare in alcuni casi e ad accelerare in altri, la messa in atto di alcune importanti innovazioni di mercato.

"*Nel nostro segmento*", ci spiega Andrea Cartoccio (**Elior**) "*abbiamo interpretato la maggiore attenzione verso il legame tra salute e alimentazione, in particolare nelle RSA, concependo, Nutriage, un sistema per la gestione a tutto tondo dei servizi di ristorazione per il mondo delle RSA e delle strutture dedicate alla degenza degli anziani. Il progetto, patrocinato da Brain and Malnutrition Chronic Disease Association, si propone come strumento in grado di elaborare un piano alimentare ritagliato ad hoc per ogni paziente, che favorisca la salute senza sacrificare il piacere ed il gusto legato all'alimentazione, e che soprattutto sia in grado di contrastare la malnutrizione degli anziani*".

"Pensate che la cosiddetta "nuova normalità" abbia generato l'opportunità di ampliare/diversificare lo spettro della vostra offerta di servizi?"

"*La nostra natura di realtà multiservizi*", dice Armin Boschetto (**Markas**) "*e l'expertise accumulata in quasi 30 anni nella disinfezione e sanificazione ospedaliera ci ha infatti permesso di venire subito incontro alle esigenze dei nostri clienti e di trovare insieme soluzioni per i diversi problemi, mettendo la sicurezza al centro di ogni cosa. Dalla crisi abbiamo infatti colto l'opportunità di specializzarci in servizi che prima non offrivamo e che porteremo certamente avanti in futuro*".

Per **Serenissima Ristorazione** sarebbe più corretto parlare di nuove opportunità per le stazioni appaltanti. "*Serenissima Ristorazione*" spiega Mario Putin, "*ha da molti anni adottato tecniche e tecnologie di produzione che consentono di produrre e fornire pasti assolutamente sicuri sotto il profilo igienico sanitario. Inoltre l'elevata flessibilità assicurata dai sistemi logistico-distributivi adottati dalla nostra azienda ci ha consentito di affrontare l'emergenza sanitaria anche nei momenti del suo apice, quando siamo stati in grado di collaborare con le aziende sanitarie per l'apertura di Covid Hospital anche con un preavviso di sole 12 ore.*

Pertanto l'odierna "nuova normalità" potrebbe consentire a quei nostri clienti legati a sistemi più tradizionali di valutare altre soluzioni che Serenissima Ristorazione già applica da molti anni".

Un dilemma di… molto conto

Scuola e Covid: per adattarlo alle norme sulla sicurezza anti contagio, il costo del pasto potrebbe salire fino al 30%. E adesso chi paga?

di M.L.Andreis

Nessun bambino resterà senza pasto a scuola. Nonostante la crisi, la cassa integrazione, le certezze venute meno, i conti in rosso, la ripresa delle lezioni tra mille cautele e paure, le inevitabili polemiche, questa rimane l'unica certezza. Comuni, scuole e aziende di ristorazione ripartono da questo punto fermo: il diritto ormai acquisito a mangiare (e bene, checché se ne dica e nonostante inevitabili casi più o meno isolati) di bambini e ragazzi italiani non deve subire e non subirà eccezioni. È un fatto di giustizia. E di civiltà.

Detto questo, la trattativa sul soggetto che assorbirà (o su cui verranno fatti ricadere) i maggiori oneri derivanti dalla normativa per fermare il covid e rendere sicuro il pasto consumato a scuola è tutt'altro che chiusa. E non si tratta di cifre di poco conto: l'aggravio calcolato per ogni pasto oscilla infatti, a seconda delle stime, dal 20 al 30%; percentuali che, se imputate alle sole aziende di ristorazione che gestiscono il servizio, provocherebbero gravi danni ai loro bilanci, forse esiziali per quelle meno strutturate.

I numeri

I numeri del settore danno la misura della questione: prima dello scoppio dell'emergenza

sanitaria, il giro d'affari della ristorazione scolastica in Italia si aggirava intorno a 1,3 miliardi di euro all'anno. Secondo **ANIR**, associazione nazionale imprese di ristorazione collettiva aderente a *Confindustria Servizi Hcfs*, le perdite nel comparto ad oggi superano già i 300 milioni di euro a causa della chiusura delle scuole di ogni ordine e grado da marzo a giugno. È evidente che, con la ripresa del quadrimestre settembre-dicembre non sarà mai possibile recuperare il fatturato dell'anno precedente, quando erano stati serviti 300 milioni di pasti, per un costo unitario pari a circa 4,5 euro. Una cifra (già di per sé al limite per garantire la remuneratività del servizio per le aziende che lo espletano in migliaia di istituti da nord a sud dello Stivale) che ovviamente non teneva conto degli aggravi necessari all'inevitabile riorganizzazione imposta dallo scoppio della pandemia, volta a garantire la sicurezza di lavoratori, docenti e alunni. Ebbene: ad oggi manca una regola generale a livello nazionale erga omnes, per cui ciascuna stazione appaltante si regola autonomamente per risolvere un problema che non può ricadere su uno solo dei soggetti parte in causa: comuni, scuole, aziende, famiglie e, men che meno, sui giovani utenti del servizio, che deve giocoforza mantenere la qualità che lo contraddistingue.

Intanto, va calcolato l'aumento dei costi determinati dalle esigenze di sicurezza: secondo gli esperti varia tra 35 centesimi e 1,5 euro, per ogni pasto. Il cui costo medio potrebbe dunque impennarsi da 4,5 fino a 6 euro, il che si tradurrebbe in un aggravio che potrebbe arrivare a 25 euro al mese per ogni singolo utente. Al che sporge spontanea la domanda: chi paga?

Se per le aziende l'utilizzo di app, il ricorso alle lunch box e diverse innovative soluzioni dedicate agli smart worker stanno in parte mitigando il problema derivante dal minor numero di lavoratori in mensa e quello della sicurezza nei luoghi di consumo del pasto, nelle scuole la questione è più complessa e di difficile soluzione: occorre intanto mantenere lo standard di servizio pre covid, garantendo al contempo tutta la sicurezza necessaria per addetti e utilizzatori delle mense. Tenendo poi conto che, per questi ultimi, mangiare insieme a scuola è anche momento di socialità e di educazione alimentare, nonché, per molti, l'unico pasto sano e completo della giornata.

AAA soluzione rapida cercasi

Sulla base dei protocolli emessi dal *Ministero della Salute* e del *Miur*, le SRC hanno elaborato e stanno implementando con comuni e direzioni didattiche soluzioni personalizzate che prevedono l'incremento del distanziamento sociale, il ricorso a più turni di lavoro, il rafforzamento di strumenti di sicurezza e la sanificazione continua, l'eventuale impiego di piatti, posate e bicchieri monouso e compostabili, e, non da ultimo, la formazione ad hoc del personale che espleta il servizio.

Prevedere ciò che accadrà in autunno e in inverno è difficile: se i volumi dei pasti andassero sotto la quota di galleggiamento indispensabile a far fronte ai costi fissi, per molte aziende della collettiva esposte sul fronte della scolastica sarebbe difficile restare a galla. La società di ricerche *Prometeia* stima che la perdita per il comparto potrebbe arrivare al 45% del giro d'affari. Ecco perché un altro lockdown generalizzato o un numero di assenze eccessivo degli utenti avrebbero effetti devastanti. Non è dunque peregrina la richiesta dei caterer alle amministrazioni comunali di riconoscere loro almeno un minimo garantito sui costi extra legati all'emergenza sanitaria. Tanto più che, secondo *Oricon*, l'Osservatorio per la ristorazione collettiva e la nutrizione che unisce numerose aziende del settore, se le scuole non riprenderanno a pieno regime o ci saranno nuovi, diffusi stop alle lezioni, saranno 39mila i posti di lavoro a rischio nel comparto.

Insomma, cercasi rapidamente una intesa che, prendendo atto della realtà e considerando anche gli scenari peggiori, non comporti aggravi per le famiglie certo, ma neppure per le SRC, magari in seguito all'introduzione di soluzioni considerate da qualcuno più sicure, come le lunch box. Una modalità di servizio che non piace a molte aziende di ristorazione collettiva e che, vista la grande eterogeneità dei committenti e degli ambienti, va forse subordinata al principio della valutazione congiunta caso per caso.

La rivoluzione digitale della ristorazione collettiva

Una piattaforma di ultima generazione, evoluta e modulabile che facilita la gestione, consente la razionalizzazione e aumenta la flessibilità del lavoro quotidiano nel mondo del foodservice

Il progetto Ristocloud nasce alla fine del 2012 da un pool di specialisti del **settore della ristorazione collettiva** che, insieme a degli sviluppatori con competenze nell'integrazione di sistemi dedicati al web, si erano posti un obiettivo ben preciso: agevolare le fasi produttive della ristorazione adeguandole alle nuove normative che da lì a breve avrebbero rivoluzionato il settore. Dopo i primi anni di sondaggio delle esigenze del mercato e di relativo sviluppo della piattaforma, il team così formatosi ha costituito **Ristocloud Group S.r.l.**, una **start up innovativa** dedicata interamente allo sviluppo, alla formazione e alla commercializzazione dell'applicazione.

L'identikit

Ristocloud è una **piattaforma di ultima generazione**, evoluta e modulabile, in grado di gestire integralmente la filiera della ristorazione collettiva o di adattarsi alla gestione di specifiche aree, razionalizzando e rendendo più flessibile il lavoro quotidiano. È uno strumento frutto di esperienze ventennali in ambito gestionale dei servizi di ristorazione, sviluppato utilizzando tecnologie all'avanguardia. **Una soluzione applicabile a ogni sistema**; l'adattabilità di Ristocloud all'ambiente è stata infatti garantita fin dalle sue origini grazie a scelte tecnologiche lungimiranti, legittimate e premiate negli ultimi anni dalla rivoluzione del modo di intendere il concetto di "ristorazione".
Non importa dove voi siate, dunque, perché Ristocloud è in ogni luogo, raggiungibile con un semplice browser dal PC dell'ufficio oppure fuori sede, con un portatile, un tablet o uno smartphone.

Al servizio del cliente

Ristocloud più rapidi i processi lavorativi, che si baseranno su dati univoci e coerenti, e aumenta di conseguenza la produttività, diminuendo i costi. Il primo passo è quello di rendere disponibile al cliente una **piattaforma cloud completa**, abilitando solo le funzioni richieste. Qualora fosse necessario aggiungere un ulteriore modulo, sarà sufficiente attivarlo: la nuova funzionalità recupererà automaticamente tutti i dati inseriti precedentemente negli altri moduli. L'utente potrà accedere immediatamente alle attività lavorative o a quelle personali tramite delle dashboard dedicate. La piattaforma, infatti, **si interfaccia ad una serie di applicazioni cloud** utili nella quotidianità. Il programma non necessita di installazione su client, pertanto è accessibile dall'utente con un semplice accesso ad Internet.
Forte **di un team composto**, oltre che dagli **sviluppatori**, il cuore pulsante della start up, da **dietiste**, **nutrizioniste** e **tecnologi alimentari**, Ristocloud assiste i clienti nelle fasi di avvio, creazione, implementazione, formazione, assistenza ed esecuzione della soluzione più adeguata ai loro bisogni.

Presente e futuro

Ristocloud ha appena terminato la prima fase di un impegnativo **progetto con la Regione del Veneto**, che la vedrà coinvolta per 5 anni nella realizzazione di due soluzioni innovative. La prima è rivolta allo **sviluppo del Ricettario 2.0** dedicato alle scuole e alle strutture assistenziali (RSA), e consiste nella creazione di un vero e proprio portale a disposizione dei comuni, delle strutture scolastiche e delle residenze sanitarie per anziani. La seconda è volta a creare un **portale dedicato al recupero delle eccedenze alimentari** per ridurre lo spreco alimentare nella ristorazione collettiva, nell'intero territorio del Veneto.
Siamo oggi in fase di rilascio del nuovo modulo CAM (Criteri Ambientali Minimi) sulla base dell'ultimo decreto ministeriale redatto su questo tema. **Ristocloud non si è mai fermata**: neppure durante il lockdown. La start up ha affrontato questo periodo di continua emergenza sanitaria in **modo propositivo**, perfezionando le proprie soluzione informatiche, incrementando la sicurezza all'interno delle mense scolastiche, aziendali e sanitarie, offrendo agli utenti le garanzie di rispetto del distanziamento e monitorando i flussi di accesso. Queste soluzioni non sono da interpretarsi come una semplificazione della fase di riapertura, ma come una vera e propria **rivoluzione nel servizio di ristorazione**.

Ristocloud Group Srl
Via Risorgimento 20
37019 Peschiera del Garda (VR)
Tel. + 39 045 6402881
Fax +39 045 6402872
info@ristocloudgroup.com
www.ristocloudgroup.com

Top 100 **avanti tutta**

Buone le performance delle prime 100 aziende operanti nel foodservice tedesco nel 2019: un anno (l'ultimo?) contrassegnato da numerosi record

di MLA

I 100 maggiori fornitori di servizi di ristorazione in Germania nel 2019 hanno registrato un boom del 6,1% delle vendite. Se a trainare la crescita è stato uno scontrino medio più alto, è al catering per eventi che è ascrivibile la progressione più grande, secondo quanto riporta il tradizionale dossier realizzato da *Foodservice Europe & Middle East*, che ha coinvolto 2.040 aziende con oltre 15,3 miliardi di euro di utili netti nel complesso. Su tutti, dominano gli operatori con offerta a base di hamburger, a partire da **McDonald's** ancora una volta in testa alla classifica, grazie a una stima di 205 milioni di euro di ricavi in più nell'ultimo anno, pari a una progressione del 5,9% (nel 2018 il balzo del colosso USA era stato del 6,6%), generata dall'ormai consolidato format "Ristorante del futuro". Sullo sfondo, accanto ai colossi della polpetta espressa in versione fast, si consolidano i grandi player delle aree pizza e caffè. Sono questi i principali trend della Top 100 teutonica nel 2019. Ma vediamo più da vicino le dinamiche e i protagonisti dei vari segmenti in cui si articola il fuoricasa tedesco.

Quickservice

Questo segmento ha generato poco meno di 8,5 miliardi di euro di vendite, oltre la metà di quelle riferibili alle prime 100 aziende considerate nella classifica (Fig. 1). Ne fanno parte 37 brand, tra cui spiccano come anticipato, accanto alle aziende specializzate in burger, quelle che offrono pizza a domicilio e i coffeshop: nel complesso hanno visto lievitare di 400 milioni di euro le vendite, pari a un aumento del 4,7% (era stato del 5,8% nel 2018), un dato leggermente inferiore alla media. Gestiscono 11.500 punti di servizio a livello aggregato, nel 2019 in crescita dell'1% rispetto all'anno prima (quando l'aumento era stato del 2,6%). In cifre assolute, l'exploit più significativo l'ha messo a segno Big Mac, con guadagni aggiuntivi stimati per 205 milioni di euro (a fonte di 5 punti vendita in meno). In termini relativi invece, lo sviluppo maggiore è stato quello del format **Gustoso**, con una variazione positiva del 34,2%. Più in generale, nove insegne hanno messo a segno aumenti a doppia cifra (**dean & david**, **Call a Pizza**, **Smiley's**, **Görtz**, **Von Allwörden**, **Freddy Fresh**, **burgerme**, Gustoso e **Dunkin Brands**) e tre ad una (**Nordsee**, **Vapiano**, **Marché Mövenpick**).

In questo segmento non ci sono concetti di nicchia ma insegne da grandi numeri, per le quali i programmi fedeltà dei clienti sono alla base delle strategie di marketing, che mirano ad accrescere la frequenza delle loro visite. Da non trascurare la presenza di operatori riferibili al mondo bakery, una dozzina di aziende alimentari artigianali principalmente regionali. A base del loro crescente successo tre elementi: cortesia, immagine e convenienza. Il loro punto di forza è la colazione. In questo segmento della ristorazione artigianalità, freschezza e gusto sono qualità sempre più apprezzate dal consumatore.

Travel

La ristorazione per chi viaggia rappresenta poco meno di un quarto del volume della Top 100. Qui le vendite sono in crescita del 6,4% nel 2019, contro il + 5,4% dell'anno precedente. Sia in termini assoluti che relativi è il gigante italiano **Autogrill** a mettere a segno gli exploit migliori: un aumento di 81,3 milioni di euro delle vendite, su del 73,2% in termini percentuali. Un risultato eclatante riferibile oltre alle performance delle decine di marchi proprietari e in gestione che ha in portfolio, anche all'acquisto e all'integrazione nel Gruppo di **LeCrobag**, azienda con guadagni pari a 90,1 milioni di euro e 120 location.
Su 23 brand, cinque hanno registrato tassi di crescita a doppia cifra (oltre alla corazzata italiana, **SSP**, **DB**, **Areas** e **Lagardère**). Solo per due gli exploit sono a una cifra (**LSG** e **Wöllhaf**).
In questo ambito la ristorazione mira (anche se sarebbe forse più corretto parlare al passato alla luce della situazione attuale di mercato a causa del covid) a creare e garantire il legame emotivo dei clienti in movimento con i luoghi che attraversano o visi-

Fig.1

Germania Top 100 - 2019

				Vendite € m		Pdv	
Rank	'18	Gruppo	Sg	2019	2018	2019	2018
1	1	McDonald's	QS	3.675	3.470	1.484	1489
2	2	Burger King	QS	985	955	750	720
3	3	LSG	T	808	809	11	11
4	4	Thank & Rast	T	650	642	413	411
5	5	Yum!	QS	330	315	259	254
6	8	Edeka	QS	285	260	2.100	2.100
6	8	SSP	T	285	240	372	325
8	6	Nordsee	QS	268	272	314	318
9	9	Subway	QS	267	254	692	690
10	7	Valora	QS	265	264	495	514
11	10	AmRest	QS	252	242	281	270
12	12	Ikea	R	250	239	53	53
13	13	Aral	T	243	231	1.155	1.144
14	14	Domino's pizza	QS	235	220	324	333
15	16	L'Osteria	FS	210	173	100	85
16	15	Vapiano	QS	207	215	82	82
17	29	Autogrill	T	192	111	155	60
18	17	Block Gruppe	FS	177	172	63	61
19	20	Do & Co	T	145	140	40	40
20	18	Starbucks	QS	144	139	165	157
21	21	Shell	T	142	138	1.045	1.045
22	23	Aramark	EC	140	120	17	17
22	23	Hans im Gluck	FS	140	120	77	60
24	26	Deutsche Bahn	T	137	120	606	566
25	19	Marché Movenpick	QS	135	143	103	115
26	30	Kafer	EC	130	110	16	15
27	28	Areas	T	130	112	44	47
28	27	Enchilada	FS	127	119	91	88
29	23	Gate Gourmet	T	125	120	13	13
30	22	Kuffler	FS	124	123	41	43
31	42	Kamps	QS	118	115	411	446
32	31	Europa-Park	L	11	106	65	60
33	32	Mitchells &Butlers	L	106	95	46	43
34	34	Allresto	T	97	92	54	54
35	38	Junge Die Backerei	QS	94	89	202	197
36	40	Gastro & Soul	FS	92	86	39	38
36	35	Yorma's	T	92	89	58	58
38	36	Backfactory	QS	90	88	98	98
38	33	Le Buffet	R	90	94	70	70
40	39	Eni	T	89	87	368	368
41	48	Café Extrablat	L	88	80	86	80
41	41	Coffee Fellows	QS	88	86	223	217
43	43	Gosch	QS	88	84	45	43
44	46	EF (Esso)	T	85	81	480	480
45	47	Total	T	84	80	738	727
47	44	Jet	T	84	82	481	464
48	53	dean&david	QS	81	69	150	119
49	51	TFCI	T	78	72	100	98
50	50	Celona	L	76	73	37	34

* Riportiamo per comodità sole le prime 50 aziende della classifica di Foodservice Europe & Middle East

tano, puntando più in generale ad accrescere il benessere del viaggiatore.
I proprietari dei grandi hub (aeroporti e stazioni) si orientano sempre più verso operatori multi-concept, con portafogli di marchi che spaziano da quelli ultra-globali ai micro-locali, così da coprire una gamma ampia di esigenze, preferenze e gusti. I quattro colossi di questa categoria (SSP, Autogrill, Areas e Lagardère) hanno in quello tedesco un importante mercato di riferimento, sia per il presente che per il futuro. Da osservare poi che nel sotto segmento delle stazioni di servizio i negozi f&b continuano ad ampliare la propria offerta, dal caffè all'asporto: il campione qui è **Aral** con il format **Rewe To Go**.

Fullservice

Quasi la metà delle 16 aziende della Top100 con servizio completo sono di Monaco. Hanno registrato nel 2019 una crescita del 7,8% (+6,0% l'anno prima) con il 6,4% di punti vendita in più. Con 1,3 miliardi di guadagni aggregati, questa categoria è relativamente piccola: **L'Osteria**, **Block** e **Hans im Glück** guidano la classifica parziale delle vendite al suo interno.
Quattro player sono cresciuti a doppia cifra (L'Osteria, Hans im Glück, **Apeiron** e **Peter Pane**).
Sia l'exploit delle vendite che del numero dei pdv sono ascrivibili principalmente a quattro brand, guidati da L'Osteria e Hans im Glück.
Con i loro best-seller, pizze e hamburger, dimostrano tra l'altro che il servizio completo ha ancora prospettive di sviluppo.

Leisure

Questo segmento ha 13 aziende all'interno della Top100. In genere, la componente del bere viene prima di quella del mangiare e l'aspetto sociale legato alla convivialità è predominante risetto al cibo in sé. Vendite in crescita dell'8,7% (l'anno precedente erano aumentate dell'1,5%) con il 2,7% di punti vendita in più. **Europa-Park** guida il segmento, seguito da **Mitchells & Butlers**, entrambi oltre i 100 milioni di euro di vendite accumulate l'anno scorso.
A sostenere questi operatori è, anzi, era il business legato al catering nei multisala: dopo un 2018 deludente, nel 2019 è stato trascinato da una buona annata in termini di spettatori, con riverberi positivi sulle vendite f&b, schizzate verso l'alto tra l'11 e il 30%. Peraltro, quasi in nessun altro luogo la domanda di servizi di ristorazione è così dipendente dal motivo della visita.

Retail

Cinque qui le aziende, con un aumento complessivo delle vendite del 2,4% registrato nel 2019 (anno precedente: +1,4%). **Ikea**, con il suo cibo svedese a prezzi bassi è leader da anni del segmento.

Event catering

La ristorazione per eventi (compresa la ristorazione fieristica e sportiva), settore caratterizzato da un'elevata discontinuità, presenta sei player che hanno aumentato le vendite del 10,3% l'anno scorso (+5,9% nel 2018): si tratta della performance migliore a livello di segmenti.
A fare da battipista è **Aramark**

per il catering per stadi, festival e simili, e **Käfer** per eventi business.
Entrambe le aziende hanno messo a segno una crescita a doppia cifra nel 2019, un anno che nessuno avrebbe mai ipotizzato essere l'ultimo prima della imprevedibile e storica battuta d'arresto attuale (auspicabilmente destinata a durare il meno possibile) i cui effetti commenteremo tra 12 mesi.

Nuove regole **in arrivo**

Il Decreto legge 76/2020 come convertito: norme generali e di dettaglio per la ristorazione

di Daniele Pisanello, avvocato cassazionista, Lex Alimentaria Studio legale

Il Decreto-legge 16 luglio 2020, n. 76, pubblicato nel supplemento ordinario n. 24 alla Gazzetta Ufficiale n. 178 del 16 luglio 2020, ed entrato in vigore il giorno successivo (vedi articolo 65, D.L. cit.), contiene norme di modifica di un insieme eterogeneo di discipline e, tra queste, l'art. 43 in materia agricola e agro-alimentare (incluso il biologico). In questo articolo analizziamo il contenuto dell'art. 43, DL 76/2020, rinviando a un successivo appuntamento gli approfondimenti sulla conversione in legge del decreto. Infatti, in sede di conversione, stando al testo approvato dal senato il 4 settembre, si conferma la **riforma dell'apparato sanzionatorio (diffida) a carico dell'impresa agricola e agro-alimentare** e, inoltre, saranno molto probabilmente introdotte con la legge di conversione **norme su trasparenza** (con una modifica al D.lgs. 33/2013 in tema di accesso civico) su dati di importazione di tutte le aziende operanti nel settore alimentare e disposizioni ad hoc per la comunicazione dell'origine in sede di **ristorazione collettiva**.

Le nuove disposizioni in vigore

L'articolo 43, nel testo pubblicato in Gazzetta, contiene una serie di disposizioni di legge volte a modificare taluni procedimenti amministrativi in ambito *agricolo*. In realtà, questa delimitazione del campo di applicazione, come ricavabile dalla rubrica dell'art. 43, non è sempre rispettata dall'articolo di legge il quale, infatti, presenta (così come anche in sede di conversione) disposizioni che esulano dalla materia strettamente *agricola* e, invece, riferentesi alle norme di *legislazione alimentare* come

definita dal Reg. CE 178/2002. Tra queste sicuramente la riforma della diffida amministrativa, oggetto della sezione successiva.

All'**art. 43**, **commi 1 e 2**, si prevede l'aggiornamento del Sistema informativo agricolo nazionale (SIAN) in modo da poter identificare le parcelle agricole e i fascicoli aziendali attraverso **applicazioni grafiche e geo-spaziali**. Le modalità di attuazione saranno definite da successivi decreti attuativi e chiamano in causa profili di sicurezza dei dati e trasferimento degli stessi.

L'art.43, al **comma 3** apporta talune modifiche, non secondarie, alla disciplina della diffida come disciplinata dal vigente articolo 1 del decreto-legge 24 giugno 2014, n. 91, convertito, con modificazioni dalla legge 11 agosto 2014, n. 116 (c.d. decreto *Campolibero*): la modifica in essere al 17 luglio. La disposizione, confermata in sede di conversione (stando ai lavori approvati il 4 settembre in Senato) così recita: "3. *Per le violazioni alle norme in materia agroalimentare, per le quali è prevista l'applicazione della sanzione amministrativa pecuniaria, l'organo di controllo incaricato, nel caso in cui accerta l'esistenza di violazioni sanabili, diffida l'interessato ad adempiere alle prescrizioni violate e ad elidere le conseguenze dannose o pericolose dell'illecito amministrativo entro un termine non superiore a novanta giorni, anche presentando, a tal fine, specifici impegni. Per violazioni sanabili si intendono errori e omissioni formali che comportano una mera operazione di regolarizzazione ovvero violazioni le cui conseguenze dannose o pericolose sono eliminabili anche tramite comunicazione al consumatore. In caso di mancata ottemperanza alle prescrizioni contenute nella diffida di cui al presente comma, entro il termine indicato, l'organo di controllo procede ad effettuare la contestazione, ai sensi dell'articolo 14 della legge 24 novembre 1981, n. 689. In tale ipotesi è esclusa l'applicazione dell'articolo 16 della citata legge n. 689 del 1981. La diffida è applicabile anche ai prodotti già posti in commercio, a condizione che per essi vengano sanate le violazioni nei termini di cui al presente comma.*"

La novella consacra **l'applicabilità della diffida anche alle aziende alimentari**. Inoltre, con la nuova disposizione la diffida è applicabile anche ai **prodotti già in offerta** al consumatore ("posti in commercio"), previa e sotto condizione di sanificazione. La riforma si traduce in un alleggerimento del carico sanzionatorio a tutte le imprese agricole e alimentari per quel che riguarda violazioni sanzionate amministrativamente, garantendo la redimibilità senza

sanzione senza limiti o altre condizioni soggettive, atteso che le parole "sola", "per la prima volta" sono espunte dal nuovo testo dell'art. 1 del DL Campolibero.

Interessante è notare che la condizione per la **sanabilità** è che il ravvedimento operoso avvenga non più entro il **termine** fisso di giorni 20 come previsto in precedenza: ora la correzione per riportare a conformità la etichetta del prodotto alimentare o altri aspetti del processo può avvenire "*entro un termine non superiore a novanta giorni, anche presentando, a tal fine, specifici impegni*". Resta la domanda se l'autorità possa procedere a determinare inferiore ai 90 giorni.

All'**art. 43**, **comma 4** si interviene sul **testo unico del vino**, apportando talune modifiche in ordine alle comunicazioni da rendere e alle ipotesi di declassamento e imbottigliamento del vino a denominazione garantita.

Il **comma 5** interessa da vicino gli **operatori del biologico**: nei fatti si prevede una condizione di non sanzionabilità degli illeciti di cui all'art. 11, co. 3 e 4, per quei soggetti che "operino" in aree interessate da calamità naturali o da misure sanitarie o fitosanitarie.

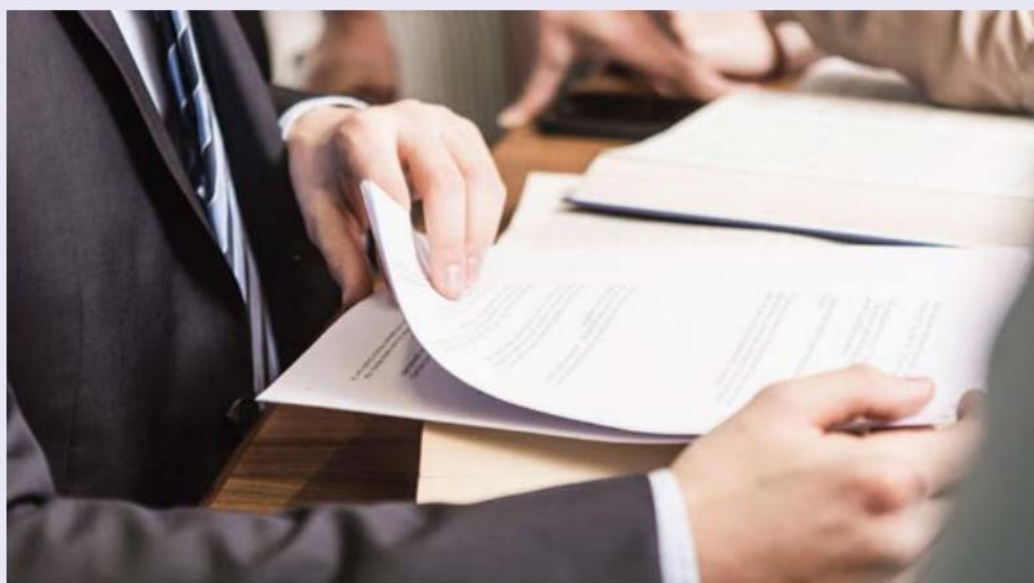
All'articolo 11 del decreto legislativo 23 febbraio 2018,

n. 20, ai commi 3 e 4, dopo il primo periodo è aggiunto, in fine, il seguente: "*Non si procede all'irrogazione della sanzione nel caso in cui il soggetto sanzionato abbia operato, nel periodo in cui è avvenuta la constatazione della violazione, in territori colpiti da calamità naturali ovvero sui quali vi sia stata l'adozione di misure sanitarie o fitosanitarie*".

Al **comma 6** interviene in ordine al numero di laboratori di cui può avvalersi l'ICQRF per l'espletamento delle analisi a campione sui prodotti.

Al **comma 7** viene introdotta la comunicazione individuale, al posto dell'attuale espletata attraverso pubblicazione sul sito dell'INPS, degli elenchi annuali dei lavoratori agricoli e delle variazioni intervenute nel corso dell'anno.

Novità per il settore della ristorazione

In sede di conversione in legge del predetto allegato, avvenuta con Legge 11 settembre 2020, n. 120, nel corpo dell'art. 43 sono state inserite alcune disposizioni specifiche per gli **alimenti somministrati**. Le nuove disposizioni, commi 7-bis e 7-ter così recitano: "*7-bis. Per i prodotti agricoli e agroalimentari, nonché per gli alimenti o per il loro ingrediente primario, somministrati nell'esercizio delle attività agrituristiche di cui alla legge 20 febbraio 2006, n. 96, nel rispetto della vigente normativa europea, è possibile evidenziare il luogo di produzione, con modalità idonee a rendere chiare e facilmente leggibili o acquisibili da parte del consumatore le informazioni fornite. 7-ter. Le liste delle vivande degli esercizi pubblici adibiti alla somministrazione di cibi e bevande nelle attività di cui all'articolo 3, comma 6, della legge 25 agosto 1991, n. 287, possono riportare, chiaramente visibili e leggibili, le indicazioni relative:*

a) al Paese, alla regione o alla località di origine e di produzione delle materie prime impiegate per la preparazione di ciascuna vivanda;

b) al nome, alla ragione sociale o al marchio e alla sede legale del produttore o dell'importatore, in caso di provenienza da un Paese estero, delle materie prime impiegate per la preparazione di ciascuna vivanda;

c) alle caratteristiche organolettiche e merceologiche delle materie prime impiegate per la preparazione di ciascuna vivanda e ai metodi di lavorazione utilizzati, ove questi siano determinanti per la qualità o per le caratteristiche organolettiche o merceologiche delle vivande".

È lecito domandarsi se, prima dell'intervento legislativo summenzionato, tali informazioni volontarie fossero vietate: la risposta sembrerebbe essere negativa ma è indubbio che le nuove disposizioni forniscono un quadro di certezza sulla comunicazione dell'origine dei prodotti alimentari somministrati che gli operatori della ristorazione potranno tener presente per eventuali campagne promozionali e di presentazione di pietanze e offerte culinarie differenziate.

La Borsa delle Imprese
della Ristorazione Moderna

I contratti del mese in Italia pag. 64

Se son **rose...**

Boom estivo per il monitor, che finalmente registra una progressione di tutto rispetto (+47), cartina di tornasole del riavvio dell'attività economica anche sul fronte della ristorazione, grazie anche al ritorno a scuola e alla voglia di mangiare fuori degli italiani. Sono infatti i segmenti scuole e ristorazione commerciala a crescer di più, rispettivamente con 16 e 19 segnalazioni supplementari, che portano a 44 e 67 i bottini di ciascuno dei due segmenti in questa tappa. Segue il +8 della sociosanitaria e il +2 di buoni pasto e aziendale mentre il vending rimane fermo.

(Nella sesta rilevazione abbiamo censito 154 contratti e 75 imprese)

I NUOVI CONTRATTI DELLE IMPRESE ITALIANE DELLA RISTORAZIONE MODERNA

Questa rilevazione riguarda i contratti acquisiti dalle imprese italiane della ristorazione collettiva, commerciale ed a catena, nonché dalle aziende emettitrici di buoni pasto viene aggiornata per ogni anno solare, e si sviluppa con cadenza mensile. Il censimento si basa su nostre indagini ed interviste e sulle segnalazioni che ci pervengono dalle imprese interessate. Esso costituisce un efficace mezzo per divulgare le proprie attività commerciali e di sviluppo, ed anche un valido strumento di conoscenza del mercato; è tuttavia importante, per chi consulti la rilevazione, ricordare che essa non indica l'entità di ogni singolo contratto, ma solo il numero complessivo dei contratti acquisiti. Ogni azienda può liberamente e periodicamente comunicarci, per e-mail o fax, le acquisizioni effettuate, in maniera da offrire un panorama aggiornato dell'andamento delle proprie acquisizioni.

Case di Cura, Cliniche, Ospedali

CIMAS SRL	1 contratto precedente
ELIOR RISTORAZIONE	1 contratto precedente
MARKAS ♦ **ASST GAETANO PINI - CTO, MILANO**	1 contratto

Case di riposo, Case Protette, Servizi assistenziali

BAVONE LORIS	1 contratto precedente
CIRFOOD ♦ **I.N.R.C.A. ISTITUTO NAZIONALE DI RIPOSO E CURA PER ANZIANI, ANCONA** 1 contratto precedente	2 contratti
COOPERATIVA SOCIALE COOSS MARCHE ONLUS SCPA	1 contratto precedente
DUSSMAN SERVICE	2 contratti precedenti
EGEA GLOBAL SERVICE	1 contratto precedente
ELIOR RISTORAZIONE ♦ **I.P.A.B. CASA DI RIPOSO "MAURIZIO MULLER" COMUNE DI VERBANIA (VB)**	1 contratto
LA GRECÌA COOPERATIVA SOCIALE	1 contratto
MARKAS ♦ **I.N.R.C.A. ISTITUTO NAZIONALE DI RIPOSO E CURA PER ANZIANI, ANCONA COMUNE DI CAPRARICA DI LECCE**	2 contratti
PASTORE SRL	1 contratto precedente
SANTA LUCIA SOC. COOP.	1 contratto precedente
SARCA CATERING SRL	1 contratto precedente
SERENISSIMA RISTORAZIONE	6 contratti precedenti
SIARC SPA ♦ **I.N.R.C.A. ISTITUTO NAZIONALE DI RIPOSO E CURA PER ANZIANI, ANCONA**	1 contratto
SIR SISTEMI ITALIANI RIST. SRL	1 contratto precedente
SODEXO ITALIA ♦ **CDD ADA NEGRI E DEI CENTRI DIURNI ESTIVI C/O COMUNE DI BUSTO ARSIZIO (VA)**	1 contratto
TURIGEST S.R.L.	1 contratto precedente

Forze Armate e Corpi Militarizzati

RITMO SRL	1 contratto precedente

Mense Aziendali

DUSSMANN SERVICE ♦ **COMUNE DI MONDOLFO (PU)**	1 contratto
GEMEAZ ELIOR ♦ **TRENORD MILANO FIORENZA E NOVATE MILANESE (MI)**	1 contratto
MARKAS SRL	1 contratto precedente
SARCA CATERING SRL	1 contratto precedente
SERENISSIMA RISTORAZIONE	1 contratto precedente

Scuole Private ed Università

AD-MAJORA SRL	1 contratto precedente
CIRFOOD ♦ **SCUOLA DI ARCHITETTURA DI S. VERDIANA - FIRENZE**	1 contratto
CIMAS SRL ♦ **ERDIS DI ANCONA, CAMERINO, MACERATA E URBINO**	1 contratto
DUSSMANN SERVICE ♦ **ACCADEMIA DLLA GUARDIA DI FINANZA, BERGAMO**	1 contratto
RISTO 3	1 contratto precedente
SERENISSIMA RISTORAZIONE ♦ **ACCADEMIA DI BELLE ARTI DI CARRARA (MS)**	1 contratto

Scuole Pubbliche

ALL FOOD ♦ **COMUNE DI FROSINONE**	1 contratto
CAMST ♦ **COMUNE DI FONTEVIVO (PR)** 2 contratti precedente	3 contratti
CIMAS SRL	1 contratto precedente
C.D.S. COOP. SOC.	1 contratto precedente
CIRFOOD ♦ **COMUNE DI GREVE IN CHIANTI (FI)** 2 contratti precedente	3 contratti
COCCODRILLO SOC. COOP. SOC.	1 contratto precedente
DIAPASON SOC. COOP.	1 contratto precedente
DUSSMANN SERVICE ♦ **COMUNE DI SARONNO (VA)** ♦ **COMUNE DI MONDOLFO (PU)** 1 contratto precedente	3 contratti
EURORISTORAZIONE ♦ **COMUNE DI PORTOGRUARO E TEGLIO VENETO (VE)**	1 contratto
FERRARA SRL	1 contratto precedente
GEMEAZ ELIOR ♦ **COMUNE DI CONCESIO (BS)**	1 contratto
GEMOS SOC. COOP.	1 contratto precedente
GRA DI BERTAZZONI PAOLO&C SAS	2 contratti precedenti
ITALCATERING	1 contratto precedente
LA CASCINA GLOBAL SERVICE	1 contratto precedente
LA MEDITERRANEA SOC. COOP.	1 contratto precedente
LADISA	1 contratto precedente
MARKAS ♦ **COMUNE DI CONCESIO (BS)**	1 contratto
SARCA CATERING	1 contratto precedente
SERCAR RISTORAZIONE COLLET. SPA	2 contratti precedenti
SOC COOP AVVENIRE COOP. SOCIALE ONLUS ♦ **COMUNE DI ALLERONA (TR)**	1 contratto
SODEXO ITALIA SPA ♦ **COMUNE DI BUSTO ARSIZIO (VA)** 5 contratti precedente	6 contratti
TURIGEST SRL	1 contratto precedente
VIVENDA SPA ♦ **COMUNE DI CHIUSDINO (SI)** ♦ **COMUNE DI SALERANO SUL LAMBRO (LO)**	2 contratti

Ristorazione commerciale

Ristorazione commerciale e esercizi urbani e centri commerciali

ALICE PIZZA	1 contratto precedente
ALL'ANTICO VINAIO	1 contratto precedente
AMBASCIATA LIGURE	1 contratto precedente
ANTICA FOCACCERIA SAN FRANCESCO	1 contratto precedente
AUGUSTA MEDITERRANEO	1 contratto precedente
BONETTI ♦ PARCO COMMERCIALE DA VINCI FIUMICINO (RM)	1 contratto
BURGEZ	1 contratto precedente
CALAVERA	1 contratto precedente
CARNE (DIVERSAMENTE MACELLAI)	1 contratto precedente
CIGIERRE ♦ OLD WILD WEST PADOVA ♦ OLD WILD WEST CALTANISSETTA ♦ OLD WILD WEST C/O AREA DI SERVIZIO CHIANTI A1 FIRENZE-ROMA ♦ OLD WILD WEST C/O CARPI RETAIL PARK, CARPI (MO) ♦ TEMEKINHO BOLOGNA ♦ AMERICA GRAFFITI C/O PARCO COMMERCIALE DA VINCI FIUMICINO (RM)	6 contratti
DISPENSA EMILIA	1 contratto precedente
FUSTO MILANO	1 contratto precedente
GIACOMO GASTRONOMIA	1 contratto precedente
GRUPPO UNES ♦ VIAGGIATOR GOLOSO, CALCO (LC)	1 contratto
INGRANDE ♦ PARCO COMMERCIALE DA VINCI FIUMICINO (RM)	1 contratto
KFC ♦ VIA PANFILO CASTALDI, MILANO 2 contratti precedenti	3 contratti
LA PIADINERIA	2 contratti precedenti
MCDONALD'S ♦ GRUMELO DEL MONTE (BS)	1 contratto
NIMA SUSHI	1 contratto precedente
NORDSEE HOLDING ♦ GO! FISH C/O ORIOCENTER, ORIO AL SERIO (BG)	1 contratto
PIE - PIZZERIA ITALIANA ESPRESSA	1 contratto precedente
POKE HOUSE	3 contratti precedenti
RAFAEL	1 contratto precedente
RICE BALL HOUSE	1 contratto precedente
ROADHOUSE RESTAURANT ♦ VIA MERLO/VIA LARGA, MILANO	1 contratto
ROSSOPOMODORO	3 contratti precedenti
SUSHIKO ♦ PARCO COMMERCIALE DA VINCI FIUMICINO (RM)	1 contratto
TEMAKINHO	1 contratto precedente
VERO CAFFÈ ♦ PARCO COMMERCIALE DA VINCI FIUMICINO (RM)	1 contratto
WAGAMAMA ♦ CITYLIFE, MILANO	1 contratto

Siti in Concessione

DFF SRL ♦ BAR C/O AZIENDA SANITARIA LOCALE (NO)	1 contratto
ELIOR RISTORAZIONE	1 contratto precedente
GEMEAZ ELIOR	1 contratto precedente
HOTEL RISTORANTE CELESTINO SNC	1 contratto precedente
MAPI SRL	1 contratto precedente
KŌHĪ TOKYO 1982	1 contratto precedente
RISTOSYSTEM S.A.S.	1 contratto precedente
SERENISSIMA RISTORAZIONE ♦ CAMPUS UNIVERSITÀ DEGLI STUDI DI TORINO, GRUGLIASCO (TO)	1 contratto
SIRIO ♦ BAR C/O OSPEDALE SANT'ANNA DI TORINO 14 contratti precedenti	15 contratti
STEFANO FANTI & C. SAS	1 contratto precedente

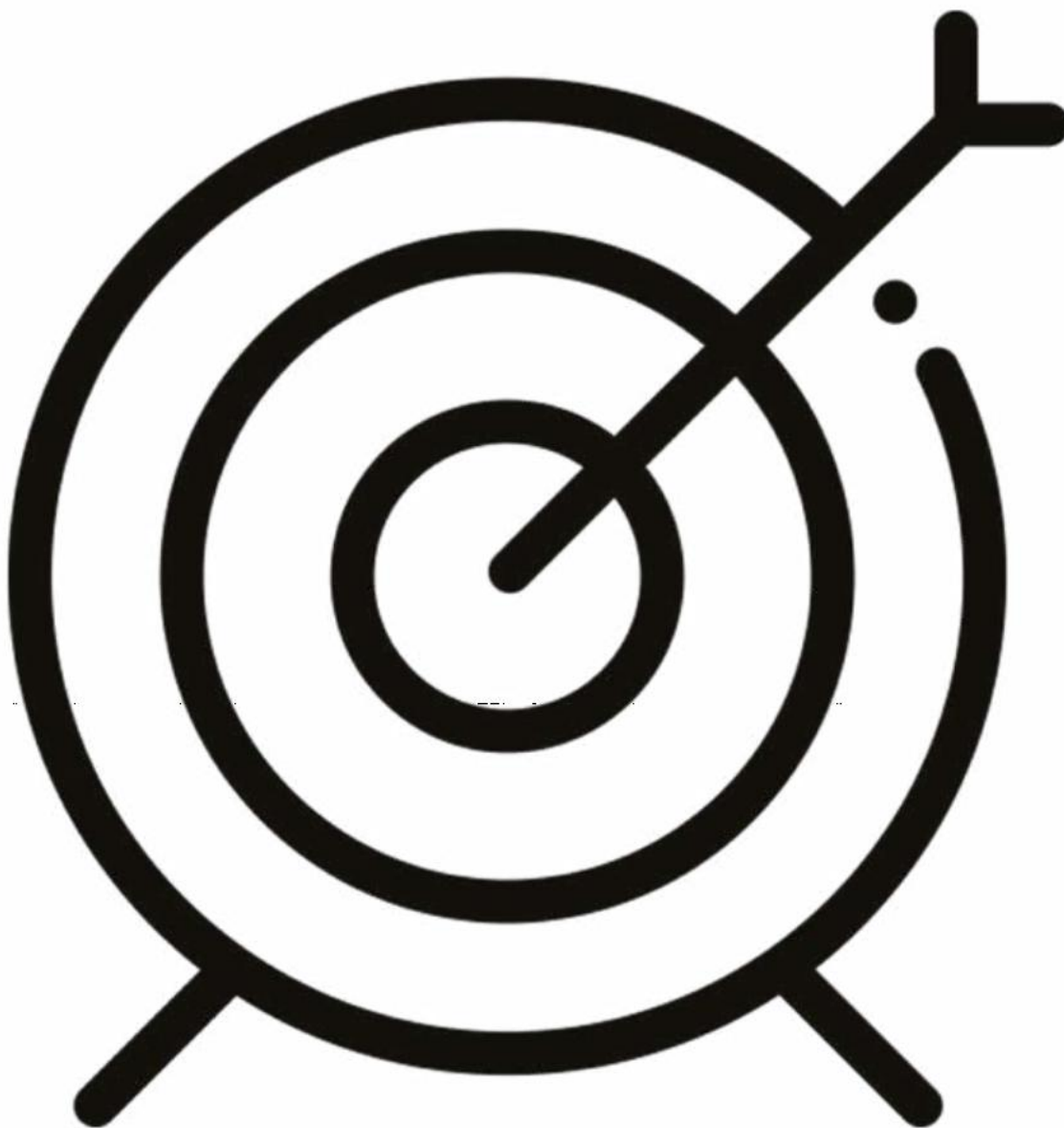
Buoni pasto per Imprese e Società private

EDENRED ♦ CTP SPA - TARANTO	1 contratto

Buoni pasto elettronici e card

DAY RISTOSERVICE SPA	1 contratto precedente
EDENRED ♦ CTP SPA - TARANTO 3 contratti precedenti	4 contratti

Vending

GRUPPO ARGENTA SPA	2 contratti precedenti
MASTRIA VENDING SRL	1 contratto precedente
SCATTOLIN DISTRIBUZIONE AUTOMATICA SRL	1 contratto precedente

Contratti monitorati al 30 agosto 2020

I Segmenti della ristorazione moderna	
Case di cura, cliniche, ospedali	**3**
Case di riposo, case protette, servizi assistenziali	**24**
Totale Ristorazione Collettiva	**27**
Forze armate e corpi militarizzati	**1**
Ristoranti aziendali ed interaziendali	**5**
Totale Ristorazione Collettiva Aziendale	**6**
Scuole private ed Università	**6**
Scuole pubbliche	**38**
Totale Ristorazione Scolastica	**44**
Esercizi urbani e centri commerciali	**42**
Esercizi in concessione	**25**
Totale Ristorazione Commerciale	**67**
Imprese e società private	**1**
Enti pubblici	**0**
Buoni pasto elettronici e card	**5**
Totale Buoni pasto	**6**
Vending	**4**
Totale contratti monitorati	**154**

Società monitorate al 30 agosto 2020

1	AD-MAJORA SRL	
2	ALICE PIZZA	
3	ALL'ANTICO VINAIO	
4	ALL FOOD	
5	AMBASCIATA LIGURE	
6	ANTICA FOCACCERIA SAN FRANCESCO	
7	BAVONE LORIS	
8	BONETTI	
9	BRIANZA ENERGIA AMBIENTE SPA	
10	BURGEZ	
11	CALAVERA	
12	CARNE (DIVWRSAMENTE MACELLAI)	
13	C.D.S. COOP. SOC	
14	CIGIERRE	Old Wild West, America Graffiti, Temekinho
15	CIMAS SRL	
16	CIRFOOD	
17	COOPERATIVA SOCIALE COOSS MARCHE ONLUS SCPA	
18	DAY RISTOSERVICE SPA	
19	DFF SRL	
20	DIAPASON SOC. COOP. SOC.	
21	DISPENSA EMILIA	
22	DUSSMANN SERVICE SRL	
23	COCCODRILLO SOC. COOP. SOC.	
24	EDENRED	
25	EGEA GLOBAL SERVICE	
26	EURORISTORAZIONE	

27	FERRARA SRL	
28	FUSTO MILANO	
29	GEMEAZ ELIOR	
30	GEMOS SOC. COOP.	
31	GESTIONE SERVIZI INTEGRATI	
32	GIACOMO MILANO	Giacomo Gastronomia
33	GRA DI BERTAZZONI PAOLO&C SAS	
34	GUIDO SRL	Augusta Mediterraneo
35	GRUPPO ARGENTA SPA	
36	GRUPPO LUCA GUELFI	Rafael
37	GRUPPO UNES	Viaggiator Goloso
38	HOTEL RISTORANTE CELESTINO SNC	
39	INGRANDE	
40	ITALCATERING	
41	KFC	
42	KŌHĪ TOKYO 1982	
43	LA CASCINA GLOBAL SERVICE	
44	LA GRECÌA COOPERATIVA SOCIALE	
45	LA MEDITERRANEA SOC. COOP.	
46	LA PIADINERIA	
47	LADISA	
48	MAPI SRL	
49	MARKAS SRL	
50	MASTRIA VENDING SRL	
51	NIMA SUSHI	
52	NORDSEE HOLDING	Go! Fish
53	PASTORE SRL	
54	PIE - PIZZERIA ITALIANA ESPRESSA	
55	POKE HOUSE	
56	RICE BALL HOUSE	
57	RISTO 3	
58	RISTOSYSTEM S.A.S.	
59	RITMO SRL	
60	ROADHOUSE RESTAURANT	
61	SANTA LUCIA SOC. COOP. SOC.	
62	SARCA CATERING SRL	
63	SCATTOLIN DISTRIBUZIONE AUTOMATICA SRL	
64	SERCAR RISTORAZIONE COLLETTIVA SPA	
65	SERENISSIMA RISTORAZIONE	
66	SIARC	
67	SIR SISTEMI ITALIANI RISTORAZIONE SRL	
68	SIRIO	
69	SOC COOP AVVENIRE COOP. SOCIALE ONLUS	
70	SODEXO ITALIA SPA	
71	STEFANO FANTI & C. SAS	
72	SUSHIKO	
73	TURIGEST SRL	
74	WAGAMAMA	
75	VERO CAFFÈ	

MultiFresh® Next: il nuovo abbattitore personalizzabile

Nasce **MultiFresh® Next**, il più potente ed efficiente abbattitore sul mercato, una rivoluzione firmata **Irinox**.
Con MultiFresh® Next ogni professionista potrà creare l'attrezzatura ideale per il suo laboratorio, scegliendo tra 2 configurazioni disponibili:
Excellence: non c'è nulla che non possa fare con ben 12 funzioni e 150 cicli inclusi.
Essential: è la configurazione più semplice, include le funzioni più note dell'abbattitore, raffreddamento e surgelazione, garantendo ottimi risultati in termini di qualità, uniformità di temperatura in cella e ben 76 cicli inclusi.
MultiFresh® Next con il pacchetto *Turbo* garantice alte prestazioni, potenza e velocità di raffreddamento e surgelazione.
Con il pacchetto *Eco Silent* garantisce prestazioni efficienti a bassissime emissioni sonore grazie a ventilatori a bassa rumorosità.
È possibile infine scegliere il pacchetto *Turbo Eco Silent*, che unisce i maggiori vantaggi dei due pacchetti precedenti: massime prestazioni e massima silenziosità. La tutela dell'ambiente è un tema di primissima importanza per Irinox. Per questo usiamo un refrigerante naturale. Un gas ecologico, ad impatto zero che non danneggia l'ozono. MultiFresh® Next ti da accesso da remoto ai dettagli, statistiche, report HACCP e tutte le informazioni utiliz per il controllo e l'utilizzo più efficiente del tuo abbattitore di temperatura.
MultiFresh® Next è facile ed intuitivo. Con Smart Display lavorare è ancora più facile ed intuitivo grazie allo schermo da 10" con tecnologia capacitiva. Oltre al display, puoi controllare a distanza il funzionamento dell'abbattitore tramite la barra a Led che comunica lo stato di avanzamento dei cicli ed eventuali allarmi.
È disponibile in 6 modelli: S/M/L adatti di ospitare teglie GN1/1 o 600 x 400 mm e SL/ML/LL adatti ad ospitare teglie GN2/1.

IRINOX
The Freshness Company®

www.irinoxprofessional.com

Asporto? Naturalmente sì

Per mantenere intatta tutta la freschezza del gelato artigianale da asporto, **Medac** ha realizzato una gamma completa di coppette ecocompatibili in carta, sia monoporzione che di maggiore capacità, che possono essere sigillate con un coperchio nello stesso materiale. Viene così garantita una protezione naturale di tutta la genuinità delle specialità artigianali, da gustare comodamente a casa. Nella proposta dell'azienda italiana spicca la linea E-cup, composta da coppette, coperchi e palettine totalmente biodegradabili, compostabili e riciclabili. Le coppette sono certificate FSC® e, come i coperchi, sono realizzate in carta di pura cellulosa che viene accoppiata con una pellicola in bioplastica. Le palettine sono invece in bioplastica. In questo modo, al termine dell'utilizzo ciascun prodotto può essere smaltito nella raccolta differenziata dell'umido. Sviluppata in conformità con la norma EN 13432 : 2002, la linea E-Cup è certificata "OK Compost" dall'ente indipendente TÜV Austria. Per i gelatieri che desiderano far intraprendere ai clienti più avventurosi un viaggio immaginario intorno al mondo, ecco la linea Ice & City, prodotta in multistrato di carta in cellulosa vergine. Disponibili con una capacità che va da 66 ml a 1.176 ml, le coppette sono impreziosite con la stampa dei monumenti simbolo delle più rinomate città internazionali, mete che vengono rinnovate periodicamente. I coperchi possono essere richiesti completi di palettina in bioplastica o in legno. Su ogni coppetta e coperchio è poi possibile far stampare il logo del locale e il messaggio desiderato. E se si desidera realizzare una grafica altamente personalizzata, il team creativo dell'azienda è a disposizione per fornire tanti utili suggerimenti.

medac s.r.l.
Industria cartotecnica

www.medac.it

L'intelligenza in cucina

In **Rational** la parola d'ordine è intelligenza. Per questo motivo il nuovo **iCombi Pro** è dotato di 4 assistenti intelligenti, a tutti gli effetti i nuovi alleati della brigata di cucina. *iDensityControl* gestisce il clima nella camera di cottura e con la circolazione dinamica dell'aria permette uniformità di cottura sempre costante. *iCookingSuite* rileva il grado di doratura e si occupa di cucinare le pietanze esattamente come richiesto, permettendo di intervenire durante il processo di cottura per modificare il risultato desiderato o l'orario in cui si desidera che gli alimenti siano pronti: iCombi Pro adatterà l'umidità, la velocità dell'aria e il tempo in modo completamente automatico. *iProductionManager* permette di pianificare e ottimizzare la produzione: pietanze cotte nel minor tempo possibile o pronte contemporaneamente a un orario specifico, o preparate ottimizzando i consumi energetici. *iCareSystem* è il sistema per la pulizia intelligente con la funzione di lavaggio ultrarapido, un lavaggio da effettuarsi durante il servizio in soli 12 minuti; rapido ed ecologico: i detergenti sono privi di fosfati e i consumi di acqua e di energia elettrica sono sensibilmente ridotti. iCombi Pro: intelligente, flessibile, produttivo.

RATIONAL

www.rational.it

Mosaico, il Genio Salva-Spazio in cucina

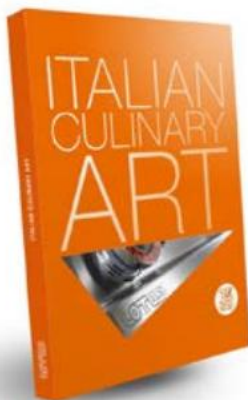
Nei centri storici e nelle grandi città è fondamentale per il ristoratore sfruttare i metri quadri disponibili in maniera avveduta, massimizzando lo spazio per i tavoli.
Questo è tanto più vero oggi, con le restrizioni imposte dall'emergenza Covid-19. Perciò saper organizzare bene il lavoro in cucina con attrezzature compatte e funzionali è una delle chiavi del successo.

Tecnoinox fornisce la soluzione originale che fa risparmiare fino al 20% di spazio: è "Mosaico".
Mosaico è una gamma di apparecchiature di cottura in moduli freestanding di soli 45x40 cm che si abbinano in isole di cottura con le due linee più ampie e potenti, Tecno90 e Tecno74.
Mosaico offre una serie infinita di composizioni per agevolare i flussi di lavoro in cucina, assecondare le esigenze che nascono dal menu e permettere allo chef di organizzare l'esecuzione dei piatti in modo flessibile.
L'ufficio layout e gli area manager di Tecnoinox supportano progettisti e ristoratori disegnando con loro la cucina ideale.

www.tecnoinox.it/cucine-modulari/mosaico-90

35 anni di buone pratiche

Un book che presenta la freschezza della volontà di un'azienda italiana proiettata nel mondo globale e locale della ristorazione.
"*Per crescere ci vogliono volontà e determinazione, necessarie per risolvere con soluzioni vincenti ogni richiesta del cliente come fosse il primo e fornirgli ciò che ha bisogno, affiancandolo come si fa con il migliore amico*" così si esprime Alan Dal Pos, anima, assieme al padre Giorgio, di Lotus Spa.
35 anni sono un arco temporale importante, sono una palestra di buone pratiche e di realizzazioni apprezzate, stimolo per nuove avventure tecniche anche nel campo della igienizzazione e della disinfezione degli ambienti di lavoro, a protezione degli operatori e clienti, per un corretto distanziamento sanitario anche in epoca di pandemia. Ristorazione è sinonimo di convivialità, da affrontare in totale sicurezza. Lotus celebra il 35 anniversario ringraziando tutti gli operatori del cibo e augurando loro cotture in ambienti sempre perfetti e sicuri.

LOTUS
ITALIAN CULINARY ART

www.lotuscookers.it

Vitamine e sali minerali: Acquaplus, da oggi anche contact free

Sali e Vitamine sono nutrienti importanti per il benessere del nostro organismo. Spesso, anche a causa di una dieta non bilanciata, può essere necessaria una integrazione di questi micronutrienti.
Per questo nasce **ACQUAPLUS**, una bevanda arricchita con vitamine e sali minerali, che può essere prelevata direttamente dai dispenser freebeverage, oggi anche con prelievo contact-free. Grazie ad ACQUAPLUS il consumatore finale potrà scegliere il profilo più adatto alla sua attività e alle sue esigenze:
WORKOUT AGRUMI ALOE STEVIA Contribuisce al normale metabolismo energetico – *con zinco, rame, magnesio, potassio, vitamine C, E, B2, B6.*
BRAIN MIRTILLO ALOE STEVIA Contribuisce alla normale funzione cognitiva – *con niacina, biotina, magnesio, vitamina C, B12, b6, acido pantotenico, acido folico, iodio.*
IMMUNO MELA ALOE STEVIA Contribuisce alla normale funzione del sistema immunitario – *con selenio, zinco, vitamina C, D, B12, B6, acido folico.*
L'assunzione di uno solo bicchiere di ACQUAPLUS permetterà al consumatore di assumere almeno il 50% del VNR (Dose Giornaliera Raccomandata), evitando così i costi di assunzione di integratori tradizionali.
ACQUAPLUS può in tal modo diventare uno strumento commerciale interessante ed efficace nei confronti di tutte le aziende ed enti che perseguono il welfare dei loro collaboratori. Il ritorno in mensa dei lavoratori sarà un momento ideale per lanciare idee e proposte innovative ma di semplice realizzazione, come crediamo possa essere ACQUAPLUS con prelievo CONTACT FREE.

io bevo

www.iobevo.it/acquaplus

ALIMENTI SENZA GLUTINE

Dr Schär
Foodservice

Dr. Schär S.p.A.
Winkelau 9 - 39014 Burgstall (BZ) Italia
Tel. +39 0473 293595
Fax +39 0473 293649
foodservice.it@drschaer.com
www.drschaer-foodservice.com

ARREDAMENTO E PROGETTAZIONE

Augusto S.r.l.
Centro direzionale Zipa
Viale dell'Industria, 5 - 60035 Jesi (AN)
Tel. + 39 0731 288021 - Fax + 39 0731 288024
info@augustocontract.com
www.augustocontract.com

Costa Group
Via Valgraveglia Z.A.I.
19020 Riccò del Golfo (SP)
Tel. +39 0187 769309 - Fax +39 0187 769308
info@costagroup.net - www.costagroup.net

IdeaFood
Via Vallona 66 – 33170 Pordenone – Italia
Tel. Sonia Pistello +39 392 7189250
Tel. Valentino Redivo +39 340 5673553
info@showfoodsystem.com
www.showfoodsystem.it

People-centric innovation

IFI S.p.A.
Divisione Contract
Strada Provinciale Feltresca 70 - 61010 Rio Salso (PU)
Tel. +39 0721 905281
info@ifi.it - www.ifi.it

Spazio Futuro
Via Carlo Bazzi, 49 - 20141 Milano
Tel. +39 02 89540444/6050
Fax +39 02 8435450
www.spaziofuturo.it

tecnoarredamenti
t-studio

Tecnoarredamenti
Via Cimon de' Furlani, 1
33081 Aviano - (PN) - Italia
Tel. +39 0434 676511
Fax +39 0434 651069
info@tecnoarredamenti.com - www.tecnoarredamenti.com

ASSOCIAZIONI DI CATEGORIA

AIGRIM
Associazione Imprese
Grande Ristorazione
Multilocalizzate

AIGRIM
Sede Operativa
Viale Coni Zugna, 71 - 20144 Milano
Tel. +39 02 38292046 - segreteria@aigrim.it
Sede Legale
Piazza G. G. Belli, 2 - 20153 Roma

Angem
Via Barozzi, 7 - 20122 Milano
Tel. +39 02 76281537
Fax +39 02 76280761
info@angem.it - www.angem.it

ANSEB
Piazza Belli, 2 - 00153 Roma
Tel. +39 06 583921 - Fax +39 06 5818682
info@anseb.com - www.anseb.it

CNCC
Via Orefici, 2 - 20123 Milano
Tel. +39 02 83412120
Fax +39 02 83412129
info@cncc.it - www.cncc.it

Efcem Italia
Via Matteo Bandello, 5
20123 Milano
Tel. +39 02 43518826
efcemitalia@efcemitalia.it

FIPE
Piazza Belli, 2 - 00153 Roma
Tel. +39 06 583921
Fax +39 06 5818682
info@fipe.it - www.fipe.it

Legacoop
Via G.A. Guattani, 9 - 00161 Roma
Cell. + 39 329 0351621
Tel. + 39 06 84439300/521
legacoop.produzione-servizi.coop

AUTOMAZIONE BEVANDE E ALIMENTI

General Beverage S.r.l.
Zona Industriale P.I.P. Loc. Novoleto - 54027 Pontremoli (MS)
Tel. +39 0187 832305
Fax +39 0187 461368
numero verde: 800 850 900
info@iobevo.com - www.iobevo.com

AZIENDE DI RISTORAZIONE COLLETTIVA

Camst Group
Via Tosarelli, 318 - 40055 Villanova di Castenaso (BO)
Tel. +39 051 6017411
Fax +39 051 6053502
www.camstgroup.com

CIRFOOD
Via Nobel, 19 - 42124 Reggio Emilia
Tel. +39 0522 53011
Fax +39 0522 530100
www.cirfood.com

Compass Group Italia S.p.A.
Via Scarsellini, 14 - 20161 Milano
Tel. +39 02 480531
Fax +39 02 48053322
www.compass-group.it

Dussmann Service S.r.l.
Via Papa Giovanni XXIII, 4 scala A
24042 Capriate S. Gervasio (BG)
Tel. +39 02 91518 - Fax +39 02 91518499
www.dussmann.it

Elior Ristorazione S.p.A.
Via Privata Venezia Giulia, 5/A - 20157 Milano
Tel. +39 02 390391
Fax +39 02 39000041
info@elior.com
www.elior.it

Gemeaz
elior

Gemeaz Elior S.p.A.
Via Privata Venezia Giulia, 5/A 20157 Milano
Tel. +39 02 390391
Fax +39 02 39000041
infogemeaz@gemeaz.it
www.gemeaz.it

I.F.M. Industrial Food Mense S.p.A.
Centro Direzionale Napoli - isola F4
Via G. Ponzio
80143 Napoli - Italia
Tel. +39 081 7341271
Fax +39 081 7347004
ifm@ifmspa.com
www.ifmspa.com

Markas S.r.l.
Via Macello, 61
39100 Bolzano
Tel. +39 0471 307611
Fax +39 0471 307699
info@markas.it
www.markas.com

Pellegrini

Pellegrini S.p.A.
Via Lorenteggio, 255
20152 Milano
Tel. +39 02 89130.1
Fax +39 02 89125922
www.gruppopellegrini.it

Serenissima Ristorazione S.p.A.
Via della Scienza, 26/A
36100 Vicenza
Tel. +39 0444 348400
Fax +39 0444 348384
ufficioclienti@grupposerenissima.it
www.grupposerenissima.it

Sodexo Italia S.p.A.
Via Fratelli Gracchi, 36
20092 Cinisello Balsamo (MI)
Tel. +39 02 69684.1
Fax +39 02 6887169
www.sodexo.com

AZIENDE DI RISTORAZIONE COMMERCIALE IN CONCESSIONE

Autogrill S.p.A.
Centro Direzionale Milanofiori Strada 5, Palazzo Z
20089 Rozzano (MI)
Tel. +39 02 48263250
www.autogrill.com

Burger King Restaurants Italia S.r.l.
Strada 1, Palazzo F4
Milanofiori - 20090 Assago (MI)
Tel. +39 02 32061235
franchising@burgerking.it
www.burgerking.it

Chef Express S.p.A.
Sede Legale e Amministrativa:
Via Modena, 53
41014 Castelvetro di Modena (MO)
Tel. +39 059 754711
Fax +39 059 754700

Sede di Roma:
Via Giolitti, 50 - 00185 Roma
Tel. +39 06 477851 - 059 754711
Fax +39 06 4814429 - 059 754700
info@chefexpress.it

CIRFOOD
Via Nobel, 19
42124 Reggio Emilia
Tel. +39 0522 53011
Fax +39 0522 530100
drc@cirfood.com
www.cirfood.com

MyChef - RISTORAZIONE COMMERCIALE S.p.A.
Centro Uffici San Siro
Via Caldera, 21 - Edificio E - Ala 2
20153 Milano
Tel. +39 02 3909951
Fax +39 02 3552234
info.italia@areas.com
www.it.areas.com

Roadhouse GRILL

Roadhouse Grill Italia S.r.l.
Via Modena, 53
41014 Castelvetro di Modena (MO)
Tel. +39 059 754811
Fax +39 059 754493
info@roadhousegrill.it

Sirio S.p.A.
Via Filippo Re, 43-45
48124 Fornace Zarattini (RA)
Tel. +39 0544 502414
Fax. +39 0544 502488
info@siriobar.it - www.siriobar.it

BUONI PASTO

BluBe
Largo Donegani, 2
20121 Milano
Tel. +39 02 3454191
Fax +39 02 34541955
www.blube.it

Yes Ticket S.r.l.
Sede legale:
Via Quintino Sella, 3
20121 Milano

Sede operativa:
Via Ippolito Rosellini, 12
20124 Milano
Tel. +39 02 87178975
Fax +39 02 21115319
clienti@yes-ticket.it - www.yes-ticket.it

Ticket Restaurant
Edenred Italia S.r.l.
Via Giovanni Battista Pirelli, 18
20124 Milano
Tel. +39 02 269041
www.ticketrestaurant.it

CARRELLI TERMICI

Rational Production S.r.l.
Via L. Galvani, 7/H
24061 Albano S. Alessandro (BG)
Tel. +39 035 4521203
Fax +39 035 4521983
info@rationalproduction.com
www.rationalproduction.com

CENTRALI D'ACQUISTO

Dac S.p.A.
Via G. Marconi, 15
25020 Flero (BS)
Tel. +39 030 2568211
Fax +39 030 2568340
info@gruppodac.eu
www.gruppodac.eu

Marr S.p.A.
Via Spagna, 20
47900 Rimini
Tel. +39 0541 746111
Fax +39 0541 742422
www.marr.it

METRO Italia Cash and Carry S.p.A.
Via XXV Aprile, 25
20097 San Donato Milanese (MI)
Tel. dall'Italia: 800.800.808
Tel. dall'estero: +39 091 9885422
servizio.clienti@metro.it
www.metro.it

CONSULENZE

Progetta sc
Via Lodovico il Moro, 159
20142 Milano
Tel. +39 02 89122357
Fax +39 02 89122247
progetta@progetta.mi.it
www.progetta.mi.it

CONTENITORI E PIATTI IN ALLUMINIO

Contital S.r.l.
Via Appia km 192.358
81052 Pignataro Maggiore (CE) – Italia
Tel +39 0823 873-111
sales@contital.com
www.contital.com

CUCINE PROFESSIONALI

Ali Group S.r.l.
Via Gobetti 2a
Villa Fiorita
20063 Cernusco sul Naviglio (MI)
Tel. +39 02 921991
Fax +39 02 92142490
info@aligroup.it
www.aligroup.it

Angelo Po Grandi Cucine S.p.A.
s/s Romana Sud, 90
41012 Carpi (MO)
Tel. +39 059 639411
Fax +39 059 642499
www.angelopo.it

Electrolux Professional S.p.A.
V.le Treviso, 15
33170 Pordenone
Tel. +39 0434 380854
Fax +39 0434 385854
www.electroluxprofessional.com

Irinox S.p.A.
Via Madonna di Loreto, 6/B
31020 Corbanese di Tarzo (TV)
Tel. +39 0438 5844
Fax +39 0438 5843
irinox@irinox.com
www.irinox.com

Lotus S.p.A.
Food Catering Equipment
Via Calmaor, 46
31020 San Vendemiano (TV)
Tel. +39 0438 778020 - Fax +39 0438 778277
lotus@lotuscookers.it - www.lotuscookers.it
LOTUS APP per iPhone e Android: Lotus S.p.A.

DETERGENZA E DISINFEZIONE

Allegrini S.p.A.
Vicolo Salvo D'Acquisto, 2
24050 Grassobbio (BG)
Tel. + 39 035 4242111
Fax + 39 035 526588
info@allegrini.com
www.allegrini.com

FOOD & BEVERAGE

Barilla FoodService
Soluzioni ristorative
Via Mantova, 166
43122 Parma
Numero verde 800388288
www.barillafoodservice.it

L'ORTOFRUTTA FRESCA PER LA RISTORAZIONE ITALIANA
Conor S.r.l.
Via delle viti 5
40127 Bologna
Tel. +39 051 9941111
Fax +39 051 19936796
info@conorsrl.it
www.conorsrl.it

Cupiello
Riviera di Chiaia, 215
80100 Napoli - Italy
Tel. +39 081 400816
Fax +39 081 419059
gestioneclienti@fresystem.com
www.cupiello.com

INALCA S.p.A.
Via Spilamberto, 30/c - 41014 Castelvetro di Modena (MO)
Tel. +39 059 755111 - Fax +39 059 755517
info@inalca.it

OROGEL S.p.A.
Via Dismano, 2600 - 47522 Cesena (FC)
Tel. +39 0547 3771 - Fax +39 0547 377016
www.orogel.it - info@orogel.it

PRODUTTRICE DI PASTA FRESCA SURGELATA, SUGHI SURGELATI E PIATTI PRONTI SURGELATI

Surgital S.p.A.
Via Bastia, 16/1 - 48017 Lavezzola (RA)
Tel. +39 0545 80328 - Fax +39 0545 80121
surgital@surgital.it
www.surgital.com

FORNI

LAINOX Ali Group S.r.l.
Via Schiaparelli, 15 Z.I. S. Giacomo di Veglia
31029 Vittorio Veneto (TV) Italy
Tel. +39 0438 9110
Fax +39 0438 912300
lainox@lainox.it - www.lainox.it

Rational Italia S.r.l.
Via Impastato, 22 - 30174 Mestre (VE)
Tel. +39 041 8629050
Fax +39 041 5951845
info@rational-online.it - www.rational-online.com

FORNITURE PER RISTORAZIONE

Five Services
Via G. Amendola, 5 - 20037 Paderno Dugnano (MI)
Tel. +39 02 91476767
info@fiveservices.com - www.fiveservices.com

POLIBOX

S.D.S. Società di Distribuzione & Servizi S.r.l.
Via Campo dei Fiori, 13 - 20014 Vittuone (MI)
Tel. +39 02 37074200 - Fax +39 02 37074208
sds@grupposds.it - www.grupposds.it

GESTIONE INTEGRATA RIFIUTI

Adriatica Oli S.r.l.
C.da Cavallino, 39 - 62010 Montecosaro (MC)
Tel. +39 0733 229080 - Fax +39 0733 229093
segreteria@adriaticaoli.com - www.adriaticaoli.com

LAVAGGIO STOVIGLIE E PENTOLE

Comenda Ali Group S.r.l.
Via Galileo Galilei, 8 - 20060 Cassina de' Pecchi (MI)
Tel. +39 02 95228.1 - Fax +39 02 9521510
www.comenda.eu

Meiko Italia S.r.l.
Via Emilio Gallo 27 - Z.I. Chind - 10034 Chivasso (TO)
Tel. +39 011 91902 r.a. - Fax +39 011 9196215
info@meikoitalia.it - www.meiko.it

NOLEGGIO POSATE

Clearkit
Via Giovanni Donghi, 8 - 20811 Cesano Maderno (MB)
Tel. 0362 687643
commerciale@clearkit.it - www.clearkit.it

SERVIZI INTEGRATI

Dussmann Service S.r.l.
Via Papa Giovanni XXIII, 4 scala A
24042 Capriate S. Gervasio (BG)
Tel. +39 02 91518 - Fax +39 02 91518499
www.dussmann.it

SOFTWARE

Axios Informatica S.r.l.
Via Bach, 7 - 36061 Bassano del Grappa (VI)
Tel. +39 0424 227546
Fax +39 0424 586284
comunita@axios.it
www.axiosinformatica.it

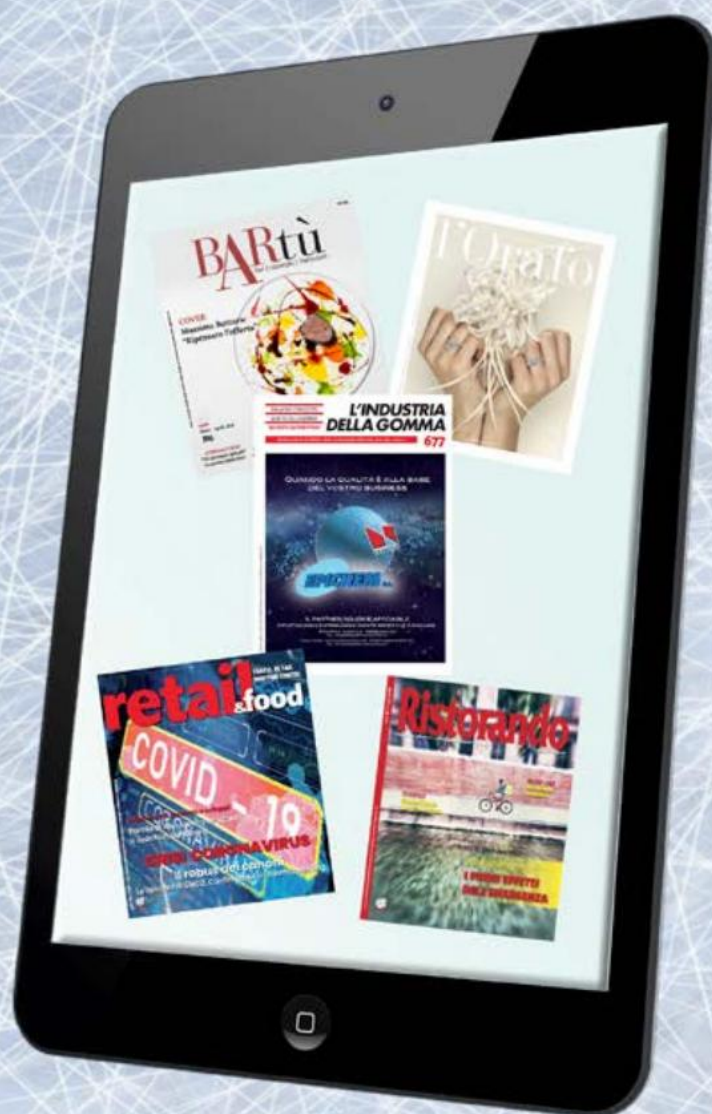
Gamba Bruno S.p.A.
Via Gambirasio, 12 - 24126 Bergamo (BG)
Tel. +39 035 274011
Fax +39 035 221441
info@gambabruno.it
www.gambabruno.it

Mytec S.r.l.
Sede operativa
Via Caravaggio 28/A
20832 Desio (MB) Italy
Tel. +39 039 9466362
info@mytec.com
www.mytec.com

Ristocloud Group Srl
Via Risorgimento 20
37019 Peschiera del Garda (VR)
Tel. + 39 045 6402881
Fax +39 045 6402872
info@ristocloudgroup.com
www.ristocloudgroup.com

SERENISSIMA
INFORMATICA

Serenissima Informatica SpA
Via Croce Rossa, 5
35129 Padova (PD)
Tel. +39 049 829 1111
Fax +39 049 829 1209
info@serinf.it
www.serinf.it

Zucchetti
Via Solferino, 1 - 26900 Lodi
Tel. +39 0371 594 2444
market@zucchetti.it
www.zucchetti.it

Panini di Sicilia

di Elisia Menduni
Giunti Editore
Euro 19,00

Un viaggio tra sapori e foto, centosessanta pagine di bontà che racchiudono storie di persone, prodotti e ricette golose: Elisia Menduni firma per Giunti Editore il ritratto dell'identità gastronomica della Sicilia attraverso uno dei format ristorativi di maggiore successo degli ultimi anni, quello di Fud Bottega Sicula, che da sempre seleziona i migliori ingredienti dell'isola per raccontarne la gastronomica in maniera divertente e contemporanea.
Protagonisti di questo originale viaggio sono i prodotti e i produttori selezionati da Andrea Graziano, founder e ideatore del brand, con le loro appassionanti storie di resistenza. La tuma persa, il maiale nero dei Nebrodi e il suo prosciutto, la capra girgentana e i suoi delicati formaggi, la provola delle Madonie, la carne di asino siciliano sono solo alcuni dei prodotti identitari dell'isola che trovano spazio tra le pagine del libro, e abbinati in modo insolito compongono le molteplici sfaccettature creative di un panino Fud.
Alberto Blasetti, food photographer e ritrattista, ferma i colori e le armonie dei panini dell'insegna con i suoi iconici scatti.

Cosa vuoi di più dalla vita? Amaro Lucano: storia di un'Italia dal bicchiere mezzo pieno

di Emiliano Maria Cappuccitti e Francesco Vena
Rubbettino Editore
Euro 14,00

Arriva in libreria il decimo libro della collana di storie d'impresa e di imprenditoria dell'editore Rubbettino. Che stavolta racconta quelle dell'Amaro Lucano e dei suoi protagonisti, che si intersecano con i temi e le riflessioni suggeriti dalla grave crisi che ha colpito il mondo e l'Italia a causa della pandemia.
A trent'anni dal lancio del celebre spot televisivo che dà il titolo al volume, Emiliano Maria Cappuccitti e Francesco Vena rievocano un'Italia "dal bicchiere mezzo pieno", un Paese animato da sogni e speranze oggi più che mai, in un'era in cui qualcosa è cambiato davvero, per tutti. Un viaggio tra passato e presente, con aneddoti divertenti e continui flashback, che narra anche le origini del celebre Amaro Lucano (e le vicende della famiglia Vena), diventato una delle più importanti realtà aziendali nella produzione e commercializzazione di spirits.
Il libro è disponibile in versione ebook in tutti i principali store online (Amazon, Kobo, etc.) e in libreria.